



# UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS,

ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



## TESIS

---

“COSTOS DE SERVICIO DE LAVANDERIA AL SECO Y AL VAPOR, EN LA EMPRESA POLO SUR CUSCO E.I.R.L. Y LA COMERCIALIZACIÓN EN EL DISTRITO DE CUSCO PERIODO 2018.”

---

**Tesis presentada por** : Bach. Riveros Mosquipa, Ruth Pilar  
Bach. Mamani Yucra, Kenny Edison

Para optar al Título Profesional de Contador Público

**Asesora** : MG. CPC. Edwin Isidro Flores Ortega

**CUSCO – PERÚ**

**2019**



## PRESENTACIÓN

SEÑOR

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS  
Y CONTABLES DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO.

Dr. FORTUNATO ENDARA MAMANI

En cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Andina del Cusco, ponemos a su consideración y por su intermedio a los señores miembros del jurado el trabajo de tesis intitulada **“COSTOS DE SERVICIO DE LAVANDERIA AL SECO Y AL VAPOR, EN LA EMPRESA POLO SUR CUSCO E.I.R.L. Y LA COMERCIALIZACIÓN EN EL DISTRITO DE CUSCO PERIODO 2018”**, el mismo que es materia de investigación descriptiva ya que nos permite precisar las características importantes de lavandería al seco y vapor en la empresa Polo Sur Cusco E.I.R.L. de manera más técnica, en estricto cumplimiento a las normas contables vigentes, es explicativa porque está dirigida a responder las causas de los eventos físicos o sociales dentro de la investigación realizada y cuantitativa, puesto que la investigación trata de probar las hipótesis.

Con el objeto de optar al título profesional de Contador Público.

Atentamente.

Ruth Pilar Riveros Mosquipa  
Kennyi Edison Mamani Yucra



## AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer a Dios, por haberme acompañado y dirigido a lo largo de mi formación profesional, por ser mi fortaleza en momentos difíciles de mi vida.

Agradezco también a mi familia por haberme dado toda su fuerza y su apoyo incondicional, especialmente a mis padres por los valores que me inculcaron desde muy pequeña, por sus consejos, por el esfuerzo, la comprensión y su confianza que me brindaron que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora.

Agradezco a mi conuñado que nos apoyó y guio en todo momento con su conocimiento y experiencia para hacer posible éste trabajo de investigación.

**RUTH PILAR RIVEROS MOSQUIPA**



## AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por darme vida y salud, a mi hija y a todas las personas que me apoyaron.

Agradezco a mis padres por haberme traído a la vida dándome su fuerza y apoyo en los buenos y malos momentos de la vida y como no agradecer a las personas incondicionales que me apoyaron en el ámbito de mi educación que son mis hermanos y una en especial a mi hermana Rufina Mamani Yucra, quien me crio como su hijo biológico, que desde muy pequeño me vio nacer, crecer y hoy vea a un profesional hecho y derecho.

Finalmente agradecer a mi docente asesor MG. CPC. Edwin Isidro Flores Ortega por su apoyo y paciencia que nos brindó para llevar a cabo el desarrollo del presente trabajo de investigación.

**KENNYI EDISON MAMANI YUCRA**



## DEDICATORIA

A Dios, al Señor de Qoylloritti, al Señor de Huanca y a la Virgen de Fátima por la fortaleza e iluminación que me ha dado día a día para salir adelante.

A mis queridos padres que amo con todo mi corazón, Vicente Riveros e Irene Mosquipa por ser quienes confiaron en mí día a día y me ayudaron a seguir adelante en cada dificultad que tuve durante mi vida.

A mi pequeña hija Mía, quien es el motor de vida para seguir adelante.

A mi asesor: MG. CPC. Edwin Isidro Flores Ortega por el apoyo y paciencia que nos brindó para llevar a cabo el desarrollo del presente trabajo de investigación.

**RUTH PILAR RIVEROS MOSQUIPA**



## DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a una personita que amo y la quiero bastante que es mi hija MIA KATZUMI MAMANI RIVEROS, a esta pequeña personita que me supo guiar por el buen sendero de la vida, por darme la fuerza necesaria para seguir adelante y no rendirme jamás, y sobretodo me enseñó que por muchos obstáculos, problemas y adversidades que se presentan en la vida a continuar ya que en la vida hay que perder y saber ganar.

Y sobre todo por hacerme alegrar, reír y llorar en los buenos y malos espacios de la vida, porque sin ella mi vida y todo lo que logre no tendría sentido, ya que me enseñó a ser un hombre en la sociedad frente a los demás y tener los pantalones bien puestos, no tengo más palabras que escribir ya que cuando mi hija está presente son una, mil, millones y una infinidad de palabras escritas dentro de ella.

**TODO ESTO TE LO DEDICO A TI HIJA  
GRACIAS POR VENIR A ESTE MUNDO**

**KENNYI EDISON MAMANI YUCRA**



## ÍNDICE

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| <b>PRESENTACIÓN</b> .....     | i   |
| <b>AGRADECIMIENTO</b> .....   | ii  |
| <b>AGRADECIMIENTO</b> .....   | iii |
| <b>DEDICATORIA</b> .....      | iv  |
| <b>DEDICATORIA</b> .....      | v   |
| <b>ÍNDICE</b> .....           | vi  |
| <b>LISTA DE TABLAS</b> .....  | ix  |
| <b>LISTA DE FIGURAS</b> ..... | xi  |
| <b>ABSTRACT</b> .....         | xiv |

### CAPÍTULO I

#### INTRODUCCIÓN

|  |   |
|--|---|
| <b>1.1 Planteamiento del Problema</b> .....        | 1 |
| <b>1.2 Formulación del Problema</b> .....          | 2 |
| <b>1.2.1 Problema General</b> .....                | 2 |
| <b>1.2.2 Problemas Específicos</b> .....           | 2 |
| <b>1.3 Objetivos de la Investigación</b> .....     | 2 |
| <b>1.3.1 Objetivo General</b> .....                | 2 |
| <b>1.3.2 Objetivos Específicos</b> .....           | 2 |
| <b>1.4 Justificación de la Investigación</b> ..... | 3 |
| <b>1.4.1 Relevancia Social</b> .....               | 3 |
| <b>1.4.2 Implicancias Prácticas</b> .....          | 3 |
| <b>1.4.3 Valor Teórico</b> .....                   | 3 |
| <b>1.4.4 Utilidad Metodológica</b> .....           | 4 |
| <b>1.4.5 Viabilidad o Factibilidad</b> .....       | 4 |
| <b>1.5 Delimitación de la Investigación</b> .....  | 4 |



1.5.1 Delimitación Temporal .....4  
1.5.2 Delimitación Espacial .....4  
1.5.3 Delimitación Conceptual .....4

**CAPÍTULO II**

**MARCO TEÓRICO**

2.1 Antecedentes de la Investigación .....5  
2.1.1 Antecedentes Internacionales .....5  
2.1.2 Antecedentes Nacionales .....7  
2.1.3 Antecedentes Locales .....9  
2.2 Bases Legales .....10  
2.3 Bases Teóricas .....11  
2.4 Marco Conceptual .....20  
2.5 Formulación de la Hipótesis .....23  
2.5.1 Hipótesis General .....23  
2.5.2 Hipótesis Específicas .....23  
2.6 Variables de Estudio .....23  
2.6.1 Variable .....23  
2.6.2 Conceptualización de Variables .....23  
Variable 1 .....23  
Variable 2 .....24  
2.6.3 Operacionalización de Variables .....24

**CAPITULO III**

**MÉTODO**

4.1 Tipo de Investigación .....25  
4.2 Enfoque de la Investigación .....25  
4.3 Diseño de la Investigación .....25  
4.4 Alcance de la Investigación .....25





4.5 Población y muestra de la investigación.....25

4.5.1 Población .....25

4.5.2 Muestra .....25

4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....25

4.6.1 Técnicas .....26

4.6.2 Instrumentos .....26

4.7 Procesamiento de datos.....26

**CAPITULO IV**

**RESULTADOS**

4.1. Resultados del estudio.....27

**CAPÍTULO V**

**DISCUSIÓN**

6.1 Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos .....37

6.2 Limitaciones del Estudio .....37

6.3 Comparación crítica de la literatura existente.....38

6.4 Implicancias del estudio .....39

**RECOMENDACIONES .....60**

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....61**

**ANEXOS .....64**

- Matriz de consistencia: ..... 1

- Matriz de Instrumento para la Recolección de Datos ..... 1

- Instrumentos ..... 1



## LISTA DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1: <i>¿Calcula sus costos de servicio de lavado de ropa al seco y al vapor?</i> .....  | 27 |
| Tabla 2: <i>¿La empresa cuenta con algún sistema de costos?</i> .....  | 27 |
| Tabla 3: <i>¿Cuánto mas o menos es el costo aproximado que se invierte en la adquisicion de insumos?</i> .....   | 28 |
| Tabla 4: <i>¿Cuántos trabajadores laboran en la Lavandería Polo Sur Cusco EIRL?</i> .....  | 28 |
| Tabla 5: <i>¿Los trabajadores se encuentran en planilla?</i> .....   | 29 |
| Tabla 6: <i>¿Cuánto es el sueldo de los trabajadores que realizan la labor del proceso del lavado ropa?</i> .....  | 29 |
| Tabla 7: <i>¿Cuánto es el sueldo del Titular?</i> .....  | 30 |
| Tabla 8: <i>¿La Empresa Polo Sur Cusco EIRL que monto aproximado considera en la depreciacion de las maquinarias con que se desarrollan sus actividades?</i> ..... | 30 |
| Tabla 9: <i>¿Cree que el servicio que brinda la Empresa es de calidad para los clientes?</i> ....  | 31 |
| Tabla 10: <i>¿Cómo determina el precio?</i> .....  | 31 |
| Tabla 11: <i>¿Cuánto paga por el servicio de Agua mensual?</i> .....   | 32 |
| Tabla 12: <i>¿Cuánto paga por el servicio de Electricidad mensual?</i> .....   | 32 |
| Tabla 13: <i>¿Cuánto paga por el servicio de Teléfono mensual?</i> .....   | 33 |
| Tabla 14: <i>¿Cuánto paga por alquiler de su establecimiento de Lavandería?</i> .....  | 33 |
| Tabla 15: <i>¿Aproximadamente cuantos clientes acuden a la lavandería en un mes?</i> .....   | 34 |
| Tabla 16: <i>¿Usted sabe cuánto de utilidad se obtiene por el servicio?</i> .....  | 34 |
| Tabla 17: <i>¿Qué canales de distribución utiliza?</i> .....   | 35 |
| Tabla 18: <i>¿Qué forma de publicidad utilizan para promocionar a la Empresa?</i> .....  | 35 |
| Tabla 19: <i>¿Actualmente los servicios que brinda cuenta con ofertas?</i> .....   | 36 |
| Tabla 20: <i>¿A quienes ofrecen las Ofertas de la Empresa?</i> .....   | 36 |
| Tabla 21: <i>Detalle de las Hojas de Costos</i> .....  | 40 |
| Tabla 22: <i>Mano de Obra Directa e Indirecta</i> .....  | 41 |
| Tabla 23: <i>Gastos Administrativos</i> .....  | 41 |
| Tabla 24: <i>Tasa de Depreciación Activo Fijo</i> .....  | 42 |
| Tabla 25: <i>Materiales Directos y Materiales Indirectos</i> .....   | 42 |
| Tabla 26: <i>Consumo de Materiales Directos e Indirectos</i> .....   | 43 |
| Tabla 27: <i>Mayor Auxiliar de Costos Indirectos de Fabricacion</i> .....  | 44 |
| Tabla 28: <i>Calculo de Depreciacion</i> .....   | 44 |
| Tabla 29: <i>Órdenes de Servicios de Ternos</i> .....  | 45 |



|  |    |
|--|----|
| Tabla 30: Órdenes de Servicios de Pantalones .....                                       | 46 |
| Tabla 31: Órdenes de Servicios de Abrigos.....   | 47 |
| Tabla 32: Órdenes de Servicios de Lavado al Vapor de ropa blanca.....                    | 48 |
| Tabla 33: Órdenes de Servicios de Lavado al Vapor de ropa de color.....                  | 49 |
| Tabla 34: Costos del Servicio de Lavado al Seco.....                                     | 50 |
| Tabla 35: Costos del Servicio de Lavado al Vapor .....                                   | 50 |
| Tabla 36: Costos Directos e Indirectos del Servicio de Lavado al Seco y al Vapor .....   | 51 |
| Tabla 37: Ingresos por servicios del mes de Enero.....                                   | 52 |
| Tabla 38: Estado de Resultados Mensual.....  | 52 |
| Tabla 39: Costos Variables y Costos Fijos.....   | 53 |
| Tabla 40: Resumen de Costos Variables por Órdenes de Servicios.....                      | 54 |
| Tabla 41: Porcentaje de Participación de cada servicio según las ventas del mes .....    | 54 |
| Tabla 42: Valor de Venta Unitario .....  | 55 |
| Tabla 43: Margen de Contribucion por Servicio.....                                       | 55 |
| Tabla 44: Margen de Contribucion Ponderado .....   | 55 |
| Tabla 45: Redistribución de la Cantidad para el Punto de Equilibrio por cada Servicio .. | 56 |
| Tabla 46: Valor de Venta Total .....   | 56 |
| Tabla 47: Costo de Variable Total .....  | 57 |
| Tabla 48: Comprobación del Punto de Equilibrio .....                                     | 57 |
| Tabla 49: Precio Ideal .....   | 58 |
| Tabla 50: Precio Actual.....   | 58 |



**LISTA DE FIGURAS**

*Figura 1:* Punto de Equilibrio..... 27



## RESUMEN

El presente trabajo de investigación intitulada: COSTOS DE SERVICIO DE LAVANDERÍA AL SECO Y AL VAPOR, EN LA EMPRESA POLO SUR CUSCO E.I.R.L. Y LA COMERCIALIZACIÓN EN EL DISTRITO DE CUSCO PERIODO 2018. Hoy en día las personas se dedican a diferentes actividades, la mayoría trabajan en entidades públicas y/o privadas asumiendo diferentes cargos, ello implica que no dispongan de tiempo para el lavado de la ropa, por lo cual deciden llevar la ropa a las lavanderías, esto llevo a que varias lavanderías se aperturen, sin embargo varias de estas empresas desconocen los costos que incurre dicha actividad, fijando los precios de acuerdo a la competencia, teniendo un resultado erróneo no real de la fijación de precios, así como de la forma de comercializar, ofrecen ofertas como lavado de dos prendas por uno, desconociendo si esta oferta le genera utilidad.

El principal objetivo del trabajo de investigación es establecer los costos de servicio de lavandería al seco y al vapor y su comercialización, así como los costos directos e indirectos que se incurre para cada prenda o kilo de ropa.

Para el desarrollo de la investigación se utiliza la técnica de recolección de datos mediante el instrumento de la encuesta que sirve como fuente de información para cumplir los objetivos planteados, la misma que se realiza al 100 % de la población, que al mismo tiempo es la muestra, y lo conforma el titular que al mismo tiempo es el administrador, el contador y el Supervisor.

La metodología que se empleó para llevar a cabo la investigación de tipo básica, con enfoque cuantitativo, alcance descriptivo y diseño no experimental.

El desarrollo del presente trabajo de investigación nos ha permitido determinar que los costos de la lavandería al seco y al vapor en la empresa POLO SUR CUSCO EIRL, se establecen de manera empírica y su comercialización no se justifica, esto debido a la falta de una estructura de costos establecida de manera técnica lo cual viene a ser una debilidad al momento de tomar decisiones por parte de la administración, esto debido a que los costos se establecen sin ningún nivel técnico, de la misma manera los precios de venta por cada prenda o kilo lavado.

El resultado de la presente investigación alcanza al titular de la Empresa la forma técnica de establecer los costos de servicios de Lavandería al seco y al vapor y permite además identificar y plantear los precios de venta reales, verídicos, oportunos y sin distorsión



alguna en las utilidades, de manera que con esta información el inversionista conoce exactamente su nivel de ingresos y por tanto sus utilidades reales.

**PALABRAS CLAVE:** Costos de servicio de lavandería y comercialización

**Los autores**



## ABSTRACT

The present research work entitled: DRY AND VAPOR LAUNDRY SERVICE COSTS, IN THE COMPANY POLO SUR CUSCO E.I.R.L. AND THE COMMERCIALIZATION IN THE DISTRICT OF CUSCO PERIOD 2018. Nowadays people are engaged in different activities, most work in public and / or private entities assuming different positions, this implies that they do not have time for washing clothes, So they decide to take the clothes to the laundries, this led to several laundries being opened, however several of these companies are unaware of the costs incurred by said activity, setting the prices according to the competition, having a non-real erroneous result of The pricing, as well as the way of marketing, offer offers such as washing two clothes for one, not knowing if this offer generates utility.

The main objective of the research work is to establish the costs of dry and steam laundry service and its commercialization, as well as the direct and indirect costs incurred for each garment or kilo of clothes.

For the development of the research, the data collection technique is used through the survey instrument that serves as a source of information to meet the objectives set, which is performed at 100% of the population, which at the same time is the shows, and is made up of the holder who at the same time is the administrator, the accountant and the Supervisor.

The methodology that was used to carry out basic research, with a quantitative approach, descriptive scope and non-experimental design.

The development of this research work has allowed us to determine that the costs of dry and steam laundry in the company POLO SUR CUSCO EIRL, are established empirically and its commercialization is not justified, this due to the lack of a structure of costs established in a technical way which becomes a weakness when making decisions by the administration, this because the costs are established without any technical level, in the same way the sales prices for each garment or kilo washed.

The result of the present investigation reaches the owner of the Company the technical way of establishing the costs of dry and steam laundry services and also allows identifying and raising the real, true, timely sales prices without any distortion in profits , so that with this information the investor knows exactly his level of income and therefore his real profits.



**KEY WORDS:** Laundry and marketing service costs

**The authors**





## CAPÍTULO I

### INTRODUCCIÓN

#### 1.1 Planteamiento del Problema

La actividad económica de servicios de lavanderías, en nuestra ciudad en estos últimos años ha sufrido un incremento inusual, debido a que las antiguas amas de casa y/o madres de familia realizaban esta labor porque se dedicaban solo administrar el hogar, como es lógico las mujeres han roto esquemas y viejos paradigmas ocupando cargos importantes en las organizaciones públicas y privadas trabajando hasta más de las horas legales de trabajo, lo que de hecho no les da tiempo para lavar las diferentes prendas de toda la familia y solo lavan la ropa más sencilla como calcetines, ropa interior, blusas, camisas, por citar algunos ejemplos, debido a estas consideraciones se ha podido observar que los precios que ofertan al público usuario son muy diferentes de empresa a empresa sobre todo en terno, trajes de trabajo (uniformes), también se ha ido comprobando in situ un crecimiento bastante considerable y existen en el distrito más de una docena de empresas dedicadas a los servicios de lavandería al seco y al vapor. Otras de las razones para este crecimiento es también el crecimiento PEA (población económica activa), que debe realizar sus actividades con ropa adecuada y obviamente limpia, por tanto se requiere de más establecimientos para cubrir la demanda de los usuarios.

Es preocupación investigar los costos de servicios por lavandería, por no considerarse los costos directos e indirectos de los mismos, ingresando al mercado competitivo ofreciendo bajos precios y ofertas como lavar tres ternos y solo pagar dos, es preocupante esta forma de comercializar porque también se ha podido comprobar que la tecnología que utiliza es muy básica, por otro lado el problema la logística externa como lo plantea PORTER, en su herramienta de gestión denominada cadena de valor (son las principales actividades que crean un valor para los clientes) es deficiente porque siguen utilizando tiendas para recolectar la ropa sucia en diferentes puntos de la ciudad y mientras llega a operaciones demora un día, otro para el lavado y otro para la entrega, de hecho esto genera inmediatamente una insatisfacción en los clientes quienes quieren su ropa lavada en horas o minutos si fuera posible. Cabe señalar también que en el centro histórico han proliferado lavanderías que ofrecen el servicio de lavado por kilo de prendas a precios irrisorios, cobrando hasta dos soles por kilo, debido a que utilizan lavadoras de uso doméstico e increíblemente prestan el servicio en mucho menos tiempo, lo que prefieren los turistas



extranjeros que visitan nuestra ciudad con ropa informal y como es lógico quieren pagar mucho menos.

El objetivo fundamental del presente trabajo de investigación es alcanzar a los denominados emprendedores, un sistema de determinación de costos más técnico y no como lo que ocurre actualmente en forma empírica.

Finalmente, en nuestro afán de investigación hemos podido encontrar fuente de información a nivel de todo el mundo donde existen lavanderías altamente sofisticadas que inclusive con solo introducir la ropa sucia en las lavadoras y con un pago en monedas la ropa en instantes sale limpia conocida como sell service, lo que la ciudad del Cusco por ser un destino turístico importante en Perú y Sudamérica creemos que debe de alcanzar estos parámetros que ofrecen en otros países.

## **1.2 Formulación del Problema**

### **1.2.1 Problema General**

¿Cómo determinan los costos de servicio de lavandería al seco y al vapor y la comercializan en la empresa Polo Sur Cusco EIRL-Cusco periodo 2018?

### **1.2.2 Problemas Específicos**

- a) ¿De qué manera establecen los costos directos e indirectos de la lavandería al seco y al vapor en la empresa Polo Sur Cusco EIRL-Cusco periodo 2018?
- b) ¿Cómo comercializan el servicio de lavandería al seco y al vapor en la empresa Polo Sur Cusco EIRL-Cusco periodo 2018?

## **1.3 Objetivos de la Investigación**

### **1.3.1 Objetivo General**

Establecer como se determinan los costos de servicio de lavandería al seco y al vapor y su comercialización en la empresa Polo Sur Cusco EIRL-Cusco periodo 2018.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

1. Establecer los costos directos e indirectos de la lavandería al seco y al vapor en la empresa Polo Sur Cusco EIRL - Cusco periodo 2018.
2. Identificar la comercialización del servicio de lavandería al seco y al vapor en la empresa Polo Sur Cusco EIRL - Cusco periodo 2018.



## **1.4 Justificación de la Investigación**

Hoy en día las exigencias del cliente cada vez son mayores en cuanto a calidad, servicio y precio, para toda empresa es muy importante conocer sus costos, ya que permite determinar cómo está la empresa, para entender los desvíos, cuando estos se producen y corregirlos, saber a dónde va a parar el servicio, establecer cuáles son sus productos o servicios rentables y cuáles no, con esta información la dirección puede tomar decisiones estratégicas y operativas en forma acertada y permite que la empresa pueda tener una ventaja competitiva.

La lavandería actualmente presenta desconocimiento de sus costos, tal como se evidencia en el proceso de lavado en seco y al vapor de una prenda, en donde la empresa actualmente no cuenta con un manejo de sistema de costos, el precio que ofrece lo hace según la competencia en el mercado, realizar el proceso de lavado, planchado, empaçado, y entregarlo al cliente.

### **1.4.1 Relevancia Social**

Esta investigación sirve como referente para los inversionistas en empresas de lavandería quienes podrán establecer frente al mercado competitivo su servicio y su comercialización que les permitirá invertir en nuevas tecnologías y utilizar insumos, suministros y materiales de mejor calidad lo que lógicamente va a aumentar sus ingresos y por ende podrán desarrollar su empresa con seguridad. El usuario se beneficia directamente en relación a la calidad del servicio y a la práctica de valores por parte del personal, como puntualidad, cumplimiento en las entregas a tiempo, por tanto primero se fidelizan y luego termina convirtiéndose en cliente cautivo que a pesar de mejores ofertas y precios prefiere los servicios de la Empresa materia del presente estudio.

### **1.4.2 Implicancias Prácticas**

La presente investigación contribuye con la determinación de los costos de servicio de manera más técnica y contable para el planeamiento, control y toma de decisiones de forma adecuada, oportuna y objetiva en la lavandería Polo Sur Cusco EIRL. La Implicancia práctica se verá como resultado en los efectos que generan en la productividad de la empresa materia del presente estudio.

### **1.4.3 Valor Teórico**

El presente trabajo de investigación tiene importancia sustantiva que se aplicará al sector de servicio en la lavandería Polo Sur Cusco EIRL., para incrementar la comercialización y por ende sus ingresos que fijara una tarifa justa y equitativa.



#### **1.4.4 Utilidad Metodológica**

El presente trabajo hará uso de métodos y técnicas a partir de un mejor establecimiento de los costos de servicio que esté basada en el planeamiento control y toma de decisiones que mejorara la comercialización, así como sus ingresos coadyuvarán con el crecimiento y desarrollo de la empresa materia del presente estudio.

#### **1.4.5 Viabilidad o Factibilidad**

El presente trabajo de investigación es viable o factible puesto que se cuenta con información, recursos financieros, humanos y materiales suficientes para el desarrollo del trabajo de investigación.

### **1.5 Delimitación de la Investigación**

#### **1.5.1 Delimitación Temporal**

La investigación se realiza en el período 2018.

#### **1.5.2 Delimitación Espacial**

El presente trabajo se realizará sobre los costos de servicio de lavandería al seco y al vapor y comercialización en la empresa Polo Sur Cusco EIRL.

Es necesario aclarar que la empresa materia de la presente investigación ha comprometido a los tesisistas a no utilizar la razón social legalmente constituida para podernos facilitar la información que se requiere para este tipo de trabajos.

#### **1.5.3 Delimitación Conceptual**

En la actualidad existen textos físicos y electrónico basados en el tema de investigación, lo cual ayuda a comprender mucho mejor el tema a investigar, donde se encuentran las teorías fundamentadas en los costos de servicio y la comercialización de las empresas de lavandería de ropas y apoya eficientemente a la culminación del proyecto de investigación.



## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes de la Investigación

##### 2.1.1 Antecedentes Internacionales

**TÍTULO:** PROPUESTA DE UN SISTEMA DE COSTOS POR PROCESOS PARA LA EMPRESA LAVAMÉRICA DEDICADA AL SERVICIO DE LAVADO DE PRENDAS DE VESTIR, **AUTOR:** Víctor Emilio Llumiquinga Cisneros, **UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, 2012, Quito-Ecuador, Para obtener el Título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, Objetivo General:** El objetivo de esta tesis es mejorar los procesos de producción y administrativos existentes en empresas de servicios dedicadas al lavado de toda clase de prendas de vestir en el Cantón Rumiñahui y la ciudad de Quito. **Conclusiones:** 1. Hay varias posibilidades de crecimiento para las empresas en el Ecuador, pero siempre y cuando exista el debido control en sus activos disponibles, realizables, y permanentes. 2. Debido a que en las empresas familiares no se da mucha importancia a los aspectos administrativos ni al control interno se producen varios inconvenientes como son: la superposición de funciones, el abuso de confianza y la no adecuada distribución de funciones y responsabilidades entre propietarios y trabajadores todo esto conlleva a determinar que la constitución legal de LAVANDERÍA LAVAMÉRICA y su reestructuración administrativa en base a una línea jerárquica, es el camino más corto hacia su desarrollo, si bien es cierto al inicio se deberá realizar un cambio integral en el manejo de las operaciones actuales, en la forma de pensar de sus propietarios respecto del manejo de su negocio y en todas las actividades que por más de 5 años se ha venido llevando de una manera empírica, la empresa debe tomar el riesgo y avanzar al cambio por un futuro mejor para sus propietarios y todos sus descendientes. 3. Se ha evidenciado que los costos de venta actuales que maneja LAVANDERÍA LAVAMÉRICA están subvalorados, puesto que al no considerar para su determinación todos los costos en los que se incurre la producción el precio de venta es alto y encárese al servicio prestado. 4. Así mismo se obtuvo que: No se maneja una documentación adecuada que ayude al Control Interno de ésta pequeña empresa ya que no hay documentos que respalden cada operación que se realiza en LAVANDERÍA LAVAMÉRICA lo que genera la entrega excesiva, pérdida y/o robo de materiales y herramientas, la compra innecesaria y el despacho inadecuado de los mismos. No existe una organización de trabajo para la utilización de los recursos materiales, financieros, económicos, y humanos. No se cuenta



con equipos sistemáticos y técnicos que proporcionen información oportuna para controlar la producción en el proceso de lavado.<sup>5</sup> Al no contar con un sistema adecuado para contabilizar sus operaciones LAVANDERÍA LAVAMÉRICA fija su precio de venta en base a la competencia del mercado local. 6. La contabilidad de costos facilita un oportuno y eficaz servicio de información y control de todo lo que se relaciona con la producción a través de ciertas características, entre las que podemos mencionar: la utilización de materiales sustitutos de menor valor sin perder la calidad del producto; control de las compras y entregas de materiales; instalación de maquinarias que mejoren el rendimiento; trabajo en base a presupuestos; y la ubicación de áreas, procesos, y actividades que encarecen el producto o impiden obtenerlo de manera económica y oportuna. **Resultados:** El 92% de los clientes se encuentra satisfecho por el servicio de lavado que ofrece la empresa la cual ofrece calidad y frescura en las prendas. La empresa LAVAMÉRICA gracias a su buen servicio y calidad en el tratamiento de las prendas de vestir para con sus clientes ha permitido un 92% la expansión y crecimiento del negocio. Para la fijación de precios el 92% de estos son determinados según la competencia que se encuentra dentro del mercado local.

**TITULO:** GESTIÓN DE COSTOS EN UNA LAVANDERÍA INDUSTRIAL "LAVANDERIA COLUMBUS" BASADO EN UN SISTEMA ABC, **AUTOR:** Luis Fernando Moreno Tovar, Cristian Antonio Morales Hoyos. Universidad San Buenaventura, 2013, Santiago De Cali, para optar el Título de Pregrado de Ingeniero Industrial, **Objetivo General:** Diseñar un modelo de costos ABC que permita conocer con mayor certeza los costos y utilidades en las referencias equivalentes al 80% de la producción en una Lavandería industrial. **Objetivos Específicos:** 1. Realizar Diagnostico actual de costos de la Lavandería Industrial. 2. Estructurar la metodología de costos basados en actividades, 3. Implementar la metodología de costos ABC. **Conclusiones:** 1. Se realizó el diagnostico a la empresa LAVANDERIA COLUMBUS, de acuerdo al estudio de caso mencionado en la metodología a seguir, identificando las áreas administrativas y operativas en las cuales se encontrar algunas falencias que en la medida de la investigación se comenzó a corregir. Como es el caso de la distribución de planta. 2. Al estandarizar los procesos de recepción, diagnóstico y elaboración de los servicios de la empresa LAVANDERIA COLUMBUS, se documentaron todos los procesos, en los cuales fue fundamental la determinación para la asignación de los recursos que se consumen en todas las actividades de cada servicio. 3. Se debe tener en cuenta que el ABC forma parte de la Gestión de la empresa para realizar una reingeniería donde participan todos los



colaboradores, desde lo administrativo hasta los operativos. Este proceso se llevó a cabo en la empresa LAVANDERIA COLUMBUS, con la información generada de manera precisa y oportuna la cual sirve de base a la administración de la empresa para buscar maximizar el rendimiento del negocio. 4. El impacto presentado en el desarrollo de la reingeniería en los procesos de la empresa LAVANDERIA COLUMBUS, se aplicara como una filosofía de mejora continua en el rendimiento, rediseñando procesos para realizar la estrategia de mercadeo de ofrecer servicios complementarios obteniendo el valor agregado y minimizando cualquier desperdicio de tiempo, materiales y maximizando la rentabilidad de la empresa como observa en los datos anterior. **Resultados:** Realizando la evaluación de las actividades, por medio del modelo de ABC, se encuentra el margen de utilidad del producto Ropa a Color es del 32% y se modificaría el precio de ventas por el de \$ 9.400.

### 2.1.2 Antecedentes Nacionales

**TÍTULO:** IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD EN UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVANDERIA, **AUTOR:** Christian Daniel Vidal Pérez, Universidad Mayor de San Marcos, 2004, Lima-Perú, para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial, **Objetivo General:** Describir y analizar la situación actual de la gestión en la empresa, utilizando el análisis comparativo y tomando como referencia el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2000, con la finalidad de identificar las carencias y deficiencias de la gestión actual, a fin de proponer una Metodología Integral para la implantación de un sistema de gestión de calidad para la Empresa. **Objetivos Específicos:** 1. Establecer los lineamientos para la Propuesta Técnica y Económica. 2. Exponer el diagnostico situacional de la empresa en base a la ISO 9001:2000. 3. Presentar el cronograma de implantación de un sistema de gestión de calidad. 4. Demostrar la aplicabilidad metodológica a través de resultados. **Conclusiones:** 1. El sistema de gestión de calidad ISO 9001:2000, representa una oportunidad de mejora en la gestión de las empresas de servicios a diferencia de la anterior versión de la norma (ISO 9001:1994), considerando que existen actualmente en nuestro país una gran cantidad de empresas con sistemas de gestión netamente empíricos (PYMES que constituyen más de 90% de empresas del país), convirtiéndose este en la más grande dificultad para su éxito. 2. La metodología explicada en este informe, ha demostrado ser efectiva para lograr la implantación y la certificación del SGC ISO 9001:2000 en nuestra realidad nacional, considerando el personal necesario para obtener los resultados. 3. Se observó que para obtener resultados favorables con la norma ISO 9001, es necesario que la dirección y el personal de la empresa se comprometa en la resolución de los problemas,



independientemente del desenvolvimiento de la empresa consultora de implementación, puesto que este es el que puede definir el éxito a poca conveniencia de las mejoras propuestas en la implementación. 4. Las mejoras en la satisfacción del personal de la empresa se observaron desde el inicio de las visitas de la empresa consultora y se fueron acentuando con la implementación de registros, controles y demás documentos del sistema, hasta el deseo unificado de certificar, obteniéndose finalmente un personal totalmente identificado con la empresa, orgulloso de su trabajo muy valioso para la empresa; es decir un clima organizacional favorable y propicio. 5. Se observó un mayor compromiso de la alta dirección de la empresa con el mejoramiento de los resultados de la empresa así como una mejor calidad en la toma de decisiones. **Resultados:** Se logró el objetivo del esfuerzo de la empresa por implantar un SGC certificado por la ISO, como herramienta para lograr la mejora continua en sus procesos y la satisfacción de sus clientes.

**Título:** IMPLEMENTACIÓN DE UNA MEJORA CONTINUA PARA UNA LAVANDERÍA EN EL ÁREA DE LAVADO AL SECO, **AUTOR:** Susana Katherine Huanca Canales, Universidad de San Martín de Porres, 2014, Lima-Perú, para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial, **Objetivo General:** Diagnosticar el problema de la Lavandería Sagita S.A en el proceso del lavado al seco y desarrollar un plan de mejora continua para la solución del problema. **Conclusiones:** 1. Las etapas identificadas en el proceso de lavado al seco fueron: preparación, prelavado, lavado, reproceso, planchado, hermanado y la distribución. 2. Se logró identificar como problema la baja productividad en el área de lavado al seco de la lavandería Sagita S.A. 3. El costo de calidad antes de la implementación fue de s/. 324 776.92 y después de la implementación fue de s/. 198 097.09, generando un ahorro aproximado de un 39% en sus costos de calidad. 4. A lo largo de la aplicación del plan de mejora continua en conjunto con la aplicación de las herramientas y la colaboración de todo el personal de la lavandería se logró incrementar la productividad de 0.44 a 0.47 prendas lavado al seco por cada sol invertido. 5. Se diseñaron manuales tales como: manual de planchado, manual para el lavado al seco y manual de limpieza. Los manuales permitieron que los trabajadores realicen sus funciones correctamente. 6. Se crearon los siguientes formatos: formato de inspección de orden, inspección y frecuencia de limpieza, control de asistencia, plan y monitoreo de mantenimiento. Los cuales permitirían llevar un control de las actividades que se fueron implementando y de los problemas que puedan presentar las máquinas; para posteriormente tener una base de datos la cual ayude a dar una solución en el menor tiempo posible. 7. Al conocer los requerimientos del cliente condujo a evaluar las falencias que





presentaban los factores tales como: recepción de prendas, capacitación del operario, manipuleo de las prendas, limpieza de las áreas y la falta de un planeamiento y control de la producción. 8. Se implementó el plan de mantenimiento para tener un seguimiento minucioso de las posibles averías que puedan presentarse. 9. El proyecto es rentable, debido a que se tiene un VAN positivo de S/.326 608.12 y un TIR de 33%. **Resultados:** Se obtuvieron los atributos del servicio brindado más importantes para este estudio, como son recepción adecuada, cauteloso manipuleo, adecuado lavado y desmanche adecuado. Se obtuvieron los atributos más importantes de los componentes del servicio que se ofrece, como son conocimiento del tipo de tela, planchado eficaz, no maltratar las prendas en recepción y clasificación adecuada por tonalidad. Se obtuvieron los procesos más importantes de los componentes del servicio que se ofrece, como son operarios capacitados, áreas limpias, monitoreo adecuado del proceso y disponibilidad de maquinarias.

### 2.1.3 Antecedentes Locales

**TÍTULO:** PROPUESTA DE UN SISTEMA DE CONTABILIDAD DE COSTOS Y CONTROL BASADO EN LAS ACTIVIDADES QUE DESARROLLA LA EMPRESA DE SERVICIOS DE LAVANDERÍA TAQSAY LAUNDRY DEL CUSCO, **AUTOR:** **Freddy Chacón León y Flor de María Palacios Arias, Universidad Andina del Cusco, 2014, Cusco-Perú, para optar el Grado de Contador Público, Objetivo General:** Demostrar en qué medida el actual sistema implementado en la empresa Taqsay Laundry es insuficiente para proveer información financiera, **Objetivos Específicos:** 1. Demostrar que el actual sistema de procesamiento de información contable es insuficiente para poder brindar una adecuada información sobre la gestión financiera de la organización y que se limita únicamente para fines de cumplimiento tributario. 2. Demostrar que el actual sistema de procesamiento de información contable es incapaz de suministrar información relativa a los costos de servucción y exponer que la empresa carece de este tipo de información. 3. Proponer un sistema contable y de costos basado en actividades que es capaz de brindar el beneficio del control sobre la gestión financiera y operativa de la organización. **Conclusiones:** 1. La Empresa TAQSAY LAUNDRY ha logrado un incremento en sus actividades operativas, muy considerable dado que sus operaciones comerciales registradas facturadas revelan una constante, lo que repercute en los ingresos de la empresa. 2. La Empresa TAQSAY LAUNDRY se ha constituido en una sociedad de responsabilidad limitada, cuyos otorgantes son cuatro personas que pertenecen a la familia, Don Ricardo y sus tres hijos. 3. La empresa no cuenta con un sistema de contabilidad de costos que le



permita conocer los costos de servucción de la actividad de lavado de ropa que efectúan, y por lo tanto la determinación de los precios de comercialización se realizan sobre una plataforma tentativa de aproximación basada más en la experiencia de lo que más o menos costaría el servicio y no de lo que cuesta en servicio. 4. La información financiera es procesada más con fines y propósitos tributarios, de cumplimiento, que con fines de obtener información financiera y explotarla, la cual les ofrezca y permita tomar decisiones de orden financiero y en base a ello inferior sobre las diversas actividades operativas.

## 2.2 Bases Legales

### ➤ Constitución Política Del Perú

#### TÍTULO III: Régimen Económico

#### CAPÍTULO I: Principios Generales

**Artículo 58.- Economía Social de Mercado:** La iniciativa privada es libre. Se ejerce en una economía social de mercado. Bajo este régimen, el Estado orienta el desarrollo del país, y actúa principalmente en las áreas de promoción de empleo, salud, educación, seguridad, servicios públicos e infraestructura.

**Artículo 59.- Rol Económico del Estado:** El Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria. El ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral, ni a la salud, ni a la seguridad pública. El Estado brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad; en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades.

**Artículo 61.- Libre competencia:** El Estado facilita y vigila la libre competencia. Combate toda práctica que la limite y el abuso de posiciones dominantes o monopólicas. Ninguna ley ni concertación puede autorizar ni establecer monopolios.

**Artículo 65.- Protección al consumidor:** El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo, vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población. (Constitución Política del Perú)

### ➤ Decreto Ley N° 21621: Ley De La Empresa Individual De Responsabilidad Limitada

Art. 1°. - La Empresa Individual de Responsabilidad Limitada es una persona jurídica de derecho privado, constituida por voluntad unipersonal, con patrimonio propio distinto al de su titular, que se constituye para el desarrollo exclusivo de actividades económicas de Pequeña Empresa, al amparo del Decreto Ley N° 21435. (DECRETO LEY N°21621)

### ➤ Ley N° 28015 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa



**Art. 1° Objeto de la Ley :** La presente ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones y su contribución a la recaudación tributaria. (Ley N° 28015 , 2003)

- **Decreto Legislativo N° 1086, Que Aprueba la Ley de Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente.**
- **Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE, Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y Crecimiento Empresarial.**

**Artículo 1.- Objeto de la Ley:** La presente ley tiene por objeto establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME), estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción; incentivando la inversión privada, (Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE, 2013)

## **2.3 Bases Teóricas**

### **2.3.1 Costo**

Los costos vienen a ser la suma de los valores debidamente analizados y concentrados acumulativamente, que son necesarios reconocer para transformar a un bien útil o servicio; capaz de satisfacer las necesidades humanas. (Giraldo, 2007)

Son aquellos gastos que se sacrifican del consumo para incurrir en la producción de bienes o servicios. Son valores que se asignan a los materiales y a la mano de obra que participan directa o indirectamente en el proceso de producción de bienes o servicios (Andrade, 2009) Se entiende por costo a la medida y la valoración del consumo realizado o previsto en la aplicación racional de los factores, para la obtención de un producto, trabajo o servicio (Flores, 2010)

### **2.3.2 Costos de Servicios**

Los costos de servicios son aquellos costos directos e indirectos que incurren en la prestación del servicio. Estos costos están conformados por los siguientes elementos:

#### ***2.3.1.1 Costos de Suministros diversos***

De acuerdo (Definición de Empresas de Servicios, 2012) Son costos conformados por las compras que efectúa la empresa para poder brindar dar el servicio.

### **2.3.1.2 Costos de Mano de Obra por el servicio**

De acuerdo (Definición de Empresas de Servicios, 2012) Los costos conformados por elementos que intervienen indirectamente en la prestación del servicio, tales como: depreciación, energía, agua, teléfono, alquileres, mantenimiento, reparaciones, etc.

### **2.3.1.3 Costos Indirectos**

De acuerdo (Definición de Empresas de Servicios, 2012) Los costos conformados por elementos que intervienen indirectamente en la prestación del servicio, tales como: depreciación, energía, agua, teléfono, alquileres, mantenimiento, reparaciones, etc.

## **2.3.3 Clasificación De Costos**

Según (Ortega, 2010) los costos se pueden clasificar en:

### **2.3.1.4 Según el Tipo de Empresa**

#### *a. Empresa de Servicios*

Según (Ortega, 2010) una empresa de servicios, es aquella que se dedica a la prestación de servicios. Ejemplo de costos de empresas de servicios: arriendo de oficina, sueldo del personal administrativo, sueldo del personal de apoyo, servicios básicos, como electricidad, agua y teléfono, gastos de depreciación de los activos, entre otros costos.

#### *b. Empresa Comercial*

Según (Ortega, 2010) es la empresa que se dedica a la venta de un bien, no realiza ninguna modificación, por ejemplo, la venta de, alimentos, carros, costos de las mercaderías adquiridas, costo del transporte o flete.

#### *c. Empresa Industrial*

Según (Ortega, 2010) son empresas que transforman un bien en forma parcial o total su aspecto físico, existen varios ejemplos, las empresas que fabrican medias nylon, las fábricas de metal, la fábricas automotrices, entre otros.

A continuación se presentan un listado de varios costos: Ejemplo de costos de empresas industriales: materia prima, mano de obra, suministros e insumos, depreciaciones de activos, empaque, alquiler, seguros, servicios básicos.

### **2.3.1.5 Según su Comportamiento**

Según (Ortega, 2010) los costos se definen como fijos o variables respecto de un objeto del costo específico, de un tiempo determinado y de un grado de actividad.

#### *a. Costos Fijos*

Según (Ortega, 2010) son aquellos costos que continúan constantes dentro de un periodo de tiempo determinado sin importar si cambia el volumen o niveles de producción,



o en un determinado nivel de actividad. Por ejemplo: sueldos, alquileres, depreciación de activos fijos, Mantenimiento, Seguros entre otros.

*b. Costos Variables*

Según (Ortega, 2010) son los costos que varían en relación directa al volumen de producción y venta, como los suministros e insumos, entre otros.

Los costos variables se determinan cuándo un costo cambia en relación a la actividad desempeñada y tienen un comportamiento creciente, ya que, están relacionados directamente con una actividad.

*c. Costos Mixtos.*

Según (Ortega, 2010) son costos que presentan al mismo tiempo un comportamiento fijo y variable.

*d. Costos SemivARIABLES*

Según (Ortega, 2010) mantienen un costo fijo mínimo al realizar cierto objeto del costo esto puede ser un producto o servicio, mientras que la parte variables se origina por la real utilización. Ejemplo: servicio telefónico, arriendo camiones, entre otros.

*e. Costos Escalonados*

Según (Ortega, 2010) en este tipo de costo los cambios de la parte fija cambian abruptamente a diferentes niveles de actividad, por ejemplo: salarios de supervisores.

**2.3.1.6 Según la Unidad o Volumen de Producción.**

*a. Costos Totales*

Según (Ortega, 2010) son los obtenidos del conjunto de costos, según el objeto del costo en análisis, que asume la empresa de acuerdo al volumen de producción, se obtiene de la suma de los costos fijos más los variables.

*b. Costos Unitarios*

Según (Ortega, 2010) denominado también costo promedio, es el resultado de la división del costo total para el volumen de unidades producidas.

*c. Costos Totales y Costos Unitarios*

Según (Ortega, 2010) se pueden presentar problemas a la hora de decidir la utilización de los costos unitarios para tomar decisiones.

**2.3.1.7 Según su Asignación**

*a. Costos Directos*

Según (Ortega, 2010) se relacionan con el objeto del costo en particular, son directamente identificables (objeto del costo) con el producto, servicio, etc. Ejemplos de estos costos



directos son la mano de obra y la materia prima, ya que son fácilmente identificables en un producto en particular. Los costos directos no causan mayor problema a la hora de asignación a un determinado objeto del costo, al no causar problemas, tampoco se debe prorratear, ya que su asignación es directa.

#### *b. Costos Indirectos*

Según (Ortega, 2010) es un costo que no se relacionan de una forma directa (prorrateó) la mano de obra indirecta, la materia prima indirecta, los servicios básicos utilizados en la fábrica, los seguros, los arriendos, etc., son los ejemplos típicos de costos indirectos.

Estos costos en la práctica generan grandes discusiones y problemas, cuando no se establece un sistema adecuado de prorrateo, esta mala asignación de los costos provocan subcosteo o sobrecosteo, pero existen mecanismos más especializados para transformarlos en costos directos mediante los costos ABC.

#### **Factores que Afectan la Clasificación de los Costos Directos e Indirectos.**

- La Importancia: Mientras mayor sea el monto más fácil e importante será identificarlo.
- La Tecnología: Disponible para recopilar la información, los sistemas informáticos facilitan la clasificación de los costos de una forma directa.
- Diseño de Operaciones: Facilita el asignar costos directos, ya que los procesos operativos determinan los objetos del costo.
- Convenios Contractuales.- Contratos en los que se incurre en determinados Procesos. (Ortega, 2010)

#### **2.3.4 Servicio.**

Según Kotler “un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra”. Por lo tanto, un servicio es esencialmente intangible y no se puede poseer. El servicio es una acción utilitaria que satisface una necesidad específica de un cliente.

Los servicios son una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones ofrecidos a la venta y son básicamente intangibles ya que no tienen como resultado la obtención de la propiedad de algo (Kotler & Armstrong, 2008)

#### **2.3.5 Empresa de Servicio**

Una Empresa de Servicios es aquella cuya actividad principal es ofrecer un servicio (intangible) con el objetivo de satisfacer necesidades colectivas, cumpliendo con su ejercicio económico (fines de lucro). Estas empresas pueden ser públicas, privadas o mixtas, pero generalmente al ser empresas privadas la calidad del servicio es mejor. (Definición de Empresas de Servicios, 2012)



### 2.3.6 Lavandería

Una Lavandería se refiere a un local, un edificio de unas dimensiones de acuerdo con las necesidades, donde se lava la ropa sucia. Otra definición sería: "Sitio de un establecimiento donde se lava y se plancha la ropa" (Wikipedia, 2018)

Muy a menudo, fuera de un uso estrictamente profesional o industrial, las lavanderas que tenían ese empleo como único trabajo, Vivían por conveniencia en la misma casa o en algún local asociado con el edificio principal. (Wikipedia, 2018)

### 2.3.7 Lavado en Seco

Es un sistema de limpieza en el cual se utiliza un solvente seco, llamado percloroetileno, que acompañado de un detergente especial, limpia delicadamente su ropa, no afectando las fibras, ni los colores. (Tintorerías.com)

En el lavado en seco se utilizan líquidos especiales para quitar la suciedad y las manchas de las telas. De hecho, el término "lavado en seco" es confuso; se llama lavado en seco porque los líquidos utilizados no contienen agua y no penetran las fibras como lo hace el agua. Entre las ventajas del lavado en seco está su habilidad para disolver grasas y aceites, lo que no puede hacer el agua.

El proceso del lavado en seco comienza con el pre - tratamiento de manchas mediante sustancias que pueden reutilizarse y reciclarse eficientemente. (Tintorerías.com)

La limpieza profesional que se lleva a cabo en la lavandería implica los siguientes pasos:

1. Revisar las etiqueta de la ropa con las recomendaciones del fabricante.
2. Las prendas se lavan en una máquina similar a una lavadora casera pero de mayor tamaño.
3. Durante el proceso de limpieza, se filtra o destila el líquido para asegurar su claridad. El solvente más común para el lavado en seco es el Percloroetileno, mejor conocido como "Perc". Este solvente no es combustible, tiene baja toxicidad y no deja residuos ni olores en la ropa.
4. La clasificación de las prendas que van a la lavadora se hace según el tipo de tela, el color y el grado de suciedad.
5. La eliminación de las manchas se hace con equipo, productos y técnicas especiales para desmanchar.
6. La temperatura y técnica de lavado se hace según las instrucciones del fabricante.
7. El terminado de la prenda consiste en planchado profesional a vapor.
8. El último paso es el acoplamiento y empaque de la prenda. (Tintorerías.com)



### 2.3.8 Lavado al Vapor

Para esta difícil época que estamos atravesando y siendo solidarios con el cuidado del agua, se tiene una alternativa para mantener la ropa limpia sin tener que lavarla al agua, Limpiar con vapor es uno de los procesos más sencillos, pues elimina los olores y no se utiliza mucha agua. Para lo cual se utilizan máquinas vaporizadoras las cuales son ofrecidas por el mercado.

El vapor no es más que agua en forma de gas, con frecuencia a mucha temperatura y presión. En una lavadora podemos tener una mezcla de ambas. Y es que un exceso de presión y temperatura podría dañar los tejidos, como le ocurre a la lana cuando se llena mucho, el tambor o cuando elevamos demasiado la temperatura del agua; pero el uso del vapor guarda un interesante equilibrio perfecto para lavar las prendas, ayudando a conservarlas. (Tintorerías.com)

### 2.3.9 Comercialización de Servicio

**Arellano (2004)** define “la comercialización como todas aquellas acciones que le permiten cumplir con la función de facilitar la distribución y entrega de productos al consumidor final”.

**Stanton (2004)** indica que “se refiere a todas las gestiones necesarias para transferir la propiedad de un producto y transportarlo de donde se elabora a donde finalmente se consume”.

**Kotler (2007)** la define como “un conjunto de acciones interdependientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o el usuario final”.

La comercialización es identificar las necesidades del cliente y satisfacerlas mejor que sus competidores para obtener una ganancia.

La finalidad de la comercialización es crear lealtad de cliente para que los clientes sigan regresando y que se sientan tan contentos que recomiendan su negocio y presentan sus bienes y servicios a otros. (IMESUN, 2016)

La comercialización incluye las 4 Ps. Que ayudara a responder las necesidades de los clientes de tal forma que distingan su negocio de los demás.

#### ➤ **Producto.**

- Cualquier bien o servicio, satisfactor de necesidades y de sus atributos tangibles o intangibles percibidos. (Mac Daniel, Marketing Thomson, 6ta Edición, 2002)





- Producto es algo que tiene la capacidad de satisfacer una necesidad o deseo, la clave de un producto es el servicio que presta, es decir, el plus que suma a la calidad. (Sangri, 2014)
- **Precio.**
- Para Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de un producto o servicio".
- Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro "199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad", define al precio como la expresión de un valor.
- Para Ricardo Romero, autor del libro "Marketing", el precio es el importe que el consumidor debe pagar al vendedor para poder poseer dicho producto servicio.
- American Marketing Association (A.M.A.), define al precio como la proporción formal que demuestra las cantidades de bienes de dinero o servicios necesarios para adquirir una cantidad dada de bienes o servicios. (Promonegocios.net)

➤ **Plaza.**

La oferta de diversos productos del mercado tiene como finalidad satisfacer una necesidad; por ende, la elección de la plaza requiere tomar decisiones referentes a la distribución física. Ésta última incluye el transporte, almacenamiento y manejo de los bienes o servicios a fin de que puedan adecuarse a las necesidades de los consumidores. (Sangri, 2014)

La plaza es el proceso de planeación, control eficaz del efectivo y el costo, así como el flujo de información respectivo desde el punto de origen hasta el de consumo, con el propósito de cumplir con los requerimientos del cliente. (Sangri, 2014)

➤ **Promoción:**

La promoción es la técnica mediante la cual se intenta comunicar un mensaje a un determinado público, para convencerles y persuadirles de que consuman un producto o servicio determinado, por medio de una serie de tretas aprovechando la psicología o cualquier otra ciencia para inducirles a ellos. (Sangri, 2014)

### **2.3.10 Fijación de Precios en Empresas de Servicios**

Las características de las empresas de servicios difieren de aquellas que producen y venden artículos intangibles. No es bueno fijar los precios exclusivamente en función de la competencia. Por ello es fundamental conocer los costos propios como premisa fundamental para fijar el importe a cobrar como contraprestación de sus servicios. (Ministerio de la Producción, 2011)



## RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

### Definición de Micro y Pequeña Empresa

De conformidad con el Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE, la Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es definida como toda unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Para calificar como micro o pequeña empresa, a efecto de acogerse al Régimen Laboral Especial para la Micro y Pequeña Empresa es preciso ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales: (Laboral, 2019)

### Beneficios Laborales Comunes de los Trabajadores de las Micro y pequeñas empresas

- **Remuneración:** Los trabajadores del régimen especial tienen derecho a percibir por lo menos la remuneración mínima vital (actualmente, S/. 930.00), de conformidad con la Constitución y demás normas legales vigentes.
- **Jornada de trabajo, horario de trabajo y trabajo en sobretiempo:** La jornada de trabajo de los trabajadores de las MYPE es de ocho (08) horas diarias o cuarenta y ocho (48) semanales, al igual que el régimen laboral común. Sin embargo, en los centros de trabajo cuya jornada laboral se desarrolle habitualmente en horario nocturno, no se aplicará la sobretasa del 35% de la remuneración vital prevista para el régimen común.
- **Descanso semanal obligatorio:** El descanso semanal obligatorio y el descanso en días feriados se rigen por las normas del régimen laboral común de la actividad privada.
- **Descanso vacacional:** El trabajador de las MYPE que cumpla el récord establecido en el artículo 10 del Decreto Legislativo N° 713, Ley de consolidación de descansos remunerados de los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, tendrá derecho como mínimo, a quince (15) días calendario de descanso por cada año completo de servicios.

En ambos casos rige lo dispuesto en el Decreto Legislativo N° 713 en lo que le sea aplicable, asimismo, el descanso vacacional podrá ser reducido de quince (15) a siete (07) días, con la respectiva compensación de ocho días de remuneración. El acuerdo de reducción debe constar por escrito.

- Seguridad Social en Salud



- **Microempresa:** Los conductores y trabajadores de las microempresas deben ser afiliados, como mínimo, al Componente Semicontributivo del Sistema Integral del Salud (SIS), el cual cubre determinadas prestaciones médicas y algunos gastos.
- **Pequeña empresa:** Los trabajadores de las pequeñas empresas son afiliados regulares obligatorios de EsSalud. → Sistema de Pensiones Se ha creado el Sistema de Pensiones Sociales para los trabajadores de las microempresas, el cual tiene por objeto principal otorgar pensiones con las características similares al de la modalidad de renta vitalicia familiar del SPP. Es importante precisar que este régimen es excluyente del SPP y del SNP, por lo que solo podrán afiliarse a este nuevo sistema los conductores o trabajadores que no se encuentren afiliados a ningún sistema pensionario o que se encuentren en alguno de los sistemas pensionarios vigentes, esto es, AFP u ONP. Pese a lo expuesto, es preciso indicar que el Sistema de Pensiones Sociales aún no ha sido puesto en funcionamiento; por lo que, en la práctica, al igual que los trabajadores de la pequeña empresa, los trabajadores de la microempresa deben optar por afiliarse al SNP o SPP. (Laboral, 2019)

### RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA

Polo Sur Cusco, fundado en el año 2011 con el propósito de brindar servicios de alta calidad a una clientela altamente exigente. La lavandería inició sus operaciones con 2 empleados quienes rápidamente lograron el reconocimiento de los clientes, por lo que hubo la imperante necesidad de contratar más personal.

En el presente, la empresa tiene una óptima organización asegurando que sus servicios sean siempre de calidad y que los clientes reciban sus prendas justo a tiempo.

Basados en valores como: respeto, excelente servicio, trabajo en equipo, calidad, compromiso, confianza, honestidad y lealtad.

### MISIÓN

Somos una empresa cusqueña dedicada al lavado industrial de todo tipo de prendas de vestir, encaminada a maximizar la rentabilidad a través de un buen servicio y los mejores procesos, para que nuestros colaboradores y clientes siempre estén satisfechos, fortaleciendo así su bienestar y fidelidad.

### VISIÓN

La lavandería Polo Sur Cusco al año 2028, será reconocida a nivel del Cusco como la mejor lavandería gracias a un excelente servicio, los mejores procesos y colaboradores



comprometidos, a través de una constante innovación y diferenciación que garanticen la calidad esperada por nuestros clientes.

### **RÉGIMEN TRIBUTARIO**

En cuanto al régimen tributario en el cual se encuentra la Empresa Polo Sur Cusco es el Régimen Especial.

### **RÉGIMEN LABORAL**

En cuanto al Régimen Laboral en la cual se encuentra es en la REMYPE.

#### **2.4 Marco Conceptual**

- a. Administrador:** Es aquella persona encargada de llevar a niveles óptimos los recursos existentes dentro de la organización. Sus funciones se basan en la Planeación, Organización, Dirección y control de las labores dentro de la empresa, manejando de manera eficaz, los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos de la misma.
- b. Agua:** Sustancia líquida sin olor, color ni sabor que se encuentra en la naturaleza en estado más o menos puro formando ríos, lagos y mares, ocupa las tres cuartas partes del planeta Tierra y forma parte de los seres vivos.
- c. Almacenamiento:** Es el acto de almacenar bienes que serán vendidos o distribuidos más tarde.
- d. Bolsas:** Es un objeto que usamos masiva y cotidianamente, y generalmente una sola vez, para transportar pequeñas cantidades de mercancías.
- e. Costo:** Es el valor monetario de los consumos de factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien, servicio o actividad. Todo proceso de producción de un bien supone el consumo o desgaste de una serie de factores productivos.
- f. Costo de Servicio:** Proceso técnico que se aplica para determinar el valor de lo que cuesta generar un servicio.
- g. Costo Fijo:** Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.
- h. Costo Variable:** Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación.
- i. Consumo:** Es la acción y efecto de consumir o gastar, bien sean productos, bienes o servicios, como por ejemplo la energía, entendiéndose por consumir como el hecho de utilizar estos productos y servicios para satisfacer necesidades primarias y secundarias.



- j. Crédito:** Es una operación financiera en la que una persona (el acreedor) realiza un préstamo por una cantidad determinada de dinero a otra persona (el deudor) y en la que este último, el deudor, se compromete a devolver la cantidad solicitada (además del pago de los intereses devengados).
- k. Confianza:** Es la creencia en que una persona o grupo será capaz y deseará actuar de manera adecuada en una determinada situación y pensamientos.
- l. Capacidad:** Se refiere a los recursos y aptitudes que tiene un individuo, entidad o institución, para desempeñar una determinada tarea o cometido.
- m. Cliente:** Es aquella persona que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que se los presta por ese concepto.
- n. Calidad:** La calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades.
- o. Depreciación:** Se refiere a una disminución periódica del valor de un bien material o inmaterial. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la vejez.
- p. Detergente:** Es una sustancia que tiene la propiedad química de disolver la suciedad o las impurezas de un objeto sin necesidad de tallar.
- q. Envolturas:** El embalaje o empaque es un recipiente o envoltura que contiene productos de manera temporal principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.
- r. Energía Eléctrica:** Es causada por el movimiento de las cargas eléctricas en el interior de los materiales conductores. Esta energía produce, fundamentalmente, 3 efectos: luminoso, térmico y magnético.
- s. Estructuración de Costos:** Es un proceso que organiza de manera práctica la gestión de costos, basado en las prioridades estratégicas y operativas de la organización. Como tal, debe cubrir todas las operaciones de la organización, definir mecanismos para el procesamiento de datos financieros, y desarrollar la capacidad de disseminación de información oportuna y de calidad a nivel interno y externo.
- t. Generación de Servicios:** Conjunto de actividades económicas que combinan los recursos de manera apropiada y debida para la generación de servicios, con un valor económico.
- u. Imprevistos:** Es lo que ocurre sin que lo tuviéramos en mente, cuando se presenta sin dar signos o señales anticipadas que puedan anunciarlo.



- v. **Inversión:** Son colocaciones de capital en ciertas actividades que pueden ser comerciales o civiles, con la finalidad de alcanzar un rendimiento económico.
- w. **Jabón en polvo:** Es una sustancia sólida, en polvo o líquida elaborada con la finalidad de limpiar la superficie de algún material sucio, y que se fabrica haciendo cocer hasta fundirse una mezcla de grasas vegetales o animales y aceites.
- x. **Materiales de Oficina:** Son todos aquellos elementos indispensables para el funcionamiento correcto de un lugar de trabajo.
- y. **Mercado:** Los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto. Los mercados son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores. Los mercados tienen reglas e incluso es posible para una empresa adelantarse a algunos eventos y ser protagonista de ellos. Los empresarios no podemos estar al margen de lo que sucede en el mercado.
- z. **Lavadora:** La lavadora o lavarropas es un aparato electromecánico, que puede ser doméstico o de uso industrial.
- aa. **Mantenimiento:** Acciones que tienen como objetivo preservar un artículo o restaurarlo a un estado en el cual pueda llevar a cabo alguna función requerida. Estas acciones incluyen la combinación de las acciones técnicas y administrativas correspondientes.
- bb. **Precio:** Es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria.
- cc. **Publicidad:** Es el conjunto de estrategias con las que una empresa da a conocer sus productos a la sociedad.
- dd. **Reparaciones:** Se define como la acción o efecto de restituir a su condición normal y de buen funcionamiento, a cosas materiales mal hechas, deterioradas, o rotas.
- ee. **Satisfacción del cliente:** la satisfacción del cliente se ve determinado por lo que el cliente tuvo que ceder o sacrificar (dinero, tiempo, etc.) a cambio del servicio. La satisfacción se vuelve una respuesta emocional del consumidor derivada de la comparación de las recompensas (percepción de la calidad de servicio, etc.) y costos con relación a las expectativas.
- ff. **Servicio de Lavandería:** Conjunto de actividades que se desarrollan para prestar el servicio de lavado de ropa.



- gg. Salarios:** El salario es la cantidad económica que el trabajador recibe en contraprestación de sus servicios con base a día o por hora. Es decir, el salario se fija por unidad de tiempo.
- hh. Sueldos:** El sueldo es el pago periódico, la cantidad económica que el empleador paga cada determinado tiempo a su empleado y que es acordada por ambas partes.
- ii. Suavizante:** Es un producto que se utiliza comúnmente en el proceso de lavado de ropa. El suavizante se comercializa disuelto en agua y se añade en forma líquida a la lavadora.
- jj. Teléfono:** Es un dispositivo de telecomunicación diseñado para transmitir señales acústicas a distancia por medio de señales eléctricas.
- kk. Usuario:** Es para quien se crean o se diseñan tanto los productos como los servicios que pueda ofrecer una empresa. Y de ello extrae un beneficio funcional.

## 2.5 Formulación de la Hipótesis

### 2.5.1 Hipótesis General

Los costos de lavandería al seco y al vapor en la empresa Polo Sur Cusco EIRL se establecen de manera empírica y la forma de comercialización no aplica los procesos adecuados para un óptimo resultado.

### 2.5.2 Hipótesis Específicas

- a) Los costos de servicios directos e indirectos de lavandería al seco y al vapor en la empresa Polo Sur Cusco EIRL, se establecen de manera empírica por lo que amerita la elaboración de una estructura de costos adecuada y oportuna.
- b) La comercialización del servicio de lavandería al seco y al vapor en la empresa Polo Sur Cusco EIRL, no refleja el margen de utilidad, porque sus costos no son establecidos correctamente, lo que en consecuencia no refleja la realidad del negocio.

## 2.6 Variables de Estudio

### 2.6.1 Variable

- Costos de servicio de Lavandería
- Comercialización

### 2.6.2 Conceptualización de Variables

#### Variable 1:

El costo de servicio de lavandería, es la acumulación de diversos costos que se incurren para poder brindar el servicio de lavado de ropa al seco y al vapor. (Hoffman & Bateson, 2012)

El reto, por consiguiente, se encuentra en identificar los costos incurridos al momento de proporcionar un servicio a cada uno de los clientes. (Análisis del costo de servicio al cliente, 2013)

**Variable 2**

La comercialización es identificar las necesidades del cliente y satisfacerlas mejor que sus competidores para obtener una ganancia.

La finalidad de la comercialización es crear lealtad, para que los clientes sigan regresando y se sientan tan contentos que recomiendan su negocio y presentan sus bienes y servicios a otros. (IMESUN, 2016)

**2.6.3 Operacionalización de Variables**

| VARIABLE  | DEFINICIÓN CONCEPTUAL  | DIMENSIÓN  | INDICADORES   |
|---|--|--|---|
| <p><b>Variable 1</b></p> <p><b>Costos de servicio de Lavandería</b></p> | <p>El costo de servicio de lavandería, es la acumulación de diversos costos que se incurren para poder brindar el servicio de lavado de ropa al seco y al vapor. (Hoffman &amp; Bateson, 2012) El reto, por consiguiente, se encuentra en identificar los costos incurridos al momento de proporcionar un servicio a cada uno de los clientes. (Análisis del costo de servicio al cliente, 2013)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Costos Directos</b></li> <br/> <li>• <b>Costos Indirectos</b></li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Insumos</li> <li>• Mano de Obra Directa</li> <li>• Agua</li> <br/> <li>• Mano de Obra Indirecta</li> <li>• Materiales Indirectos</li> <li>• Agua</li> <li>• Luz</li> <li>• Teléfono</li> <li>• Depreciación</li> </ul> |
| <p><b>Variable 2</b></p> <p><b>Comercialización</b></p>                 | <p>La comercialización es identificar las necesidades del cliente y satisfacerlas mejor que sus competidores para obtener una ganancia. La finalidad de la comercialización es crear lealtad para que los clientes sigan regresando y que se sientan tan contentos que recomiendan su negocio y presentan sus bienes y servicios a otros. (IMESUN, 2016)</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Servicio</b></li> <br/> <li>• <b>Precio</b></li> <br/> <li>• <b>Promoción</b></li> <br/> <li>• <b>Plaza</b></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad del servicio</li> <br/> <li>• Costo del Servicio</li> <li>• Forma de Pago</li> <li>• Margen de utilidad</li> <br/> <li>• Publicidad</li> <li>• Ofertas</li> <br/> <li>• Canales de distribución</li> </ul>     |



## CAPITULO III

### MÉTODO

#### 4.1 Tipo de Investigación

El presente trabajo de investigación es básica, puesto que describe el comportamiento de los Costos de servicios de lavandería sobre la comercialización de la misma, la cual propondrá propuestas de solución viables de la problemática ubicada en el escenario de la realidad concreta.

#### 4.2 Enfoque de la Investigación

El presente trabajo de investigación pretende o busca solucionar el problema que se encuentra en la realidad, tomando en cuenta el objeto de investigación para lo cual se utilizara información recopilada durante el periodo de estudio 2018. El presente trabajo de investigación tiene un enfoque cuantitativo.

#### 4.3 Diseño de la Investigación

Se asume el diseño no experimental, que según Hernández Sampieri, R. (2014) esta “investigación no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no se varia en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables”.

#### 4.4 Alcance de la Investigación

Desde el punto de vista del alcance, el presente trabajo de investigación es descriptiva, en razón que describe todos los hechos y procedimientos sobre el desarrollo de las actividades de una lavandería.

#### 4.5 Población y muestra de la investigación

##### 4.5.1 Población

La población está conformada por la parte administrativa y operativa de la empresa que son: 01 Titular, 01 Contador y 01 supervisor de la Empresa Lavandería Polo Sur Cusco EIRL.

##### 4.5.2 Muestra

En cuanto a la determinación de la muestra se aplicó teniendo en cuenta que la población por parte de la empresa es reducida y se considera al 100% de la población, como parte de la muestra: Titular (1), Contador (1) y Supervisor (1,) total 3.

#### 4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos



Las técnicas e instrumentos que se utilizara para la recolección y tratamiento de la información que conduce al logro de los objetivos Generales y específicos del presente trabajo de Investigación.

#### **4.6.1 Técnicas**

- Encuesta
- Revisión Documentaria
- Observación

#### **4.6.2 Instrumentos**

- El cuestionario
- Ficha de revisión documentaria
- Guía de Observación

#### **4.7 Procesamiento de datos**

Los datos obtenidos mediante la utilización de las técnicas e instrumentos antes mencionados, recurriendo a los informantes o fuentes también ya indicados, serán incorporados al programa computarizado “SPSS”, y con precisiones porcentuales y prelacones u ordenamientos de mayor a menor, los promedios serán presentados con la información en forma de gráficos, cuadros o resúmenes.

Respecto a las informaciones presentadas como gráficos, cuadros o resúmenes, se formularan apreciaciones objetivas directamente relacionadas; con hipótesis y variables, que servirán para la formulación de las conclusiones generales previa contrastación.

## CAPITULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1. Resultados del estudio

##### ENCUESTA APLICADA AL TITULAR Y TRABAJADORES DE LA EMPRESA

**Tabla 01: ¿Calcula sus costos de servicio de lavado de ropa al seco y al vapor?**

| DESCRIPCIÓN      | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|------------------|------------|-------------|
| SI               | 0          | 0%          |
| NO               | 2          | 67%         |
| No sabe/No opina | 1          | 33%         |
| <b>Total</b>     | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

#### ANALISIS E INTERPRETACION

La tabla 01 demuestra si es que se calcula los costos de servicios de lavado de ropa al seco y al vapor, el 67% de los encuestados señalaron que la empresa no calcula los costos de servicios de lavado al seco y al vapor, el 33% no sabe. De acuerdo a las respuestas obtenidas por los trabajadores concluimos que la empresa no calculo sus costos.

**Tabla 02: ¿La empresa cuenta con algún sistema de costos?**

| DESCRIPCIÓN      | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|------------------|------------|-------------|
| SI               | 0          | 0%          |
| NO               | 2          | 67%         |
| No sabe/No opina | 1          | 33%         |
| <b>Total</b>     | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

#### ANALISIS E INTERPRETACION

La tabla 02 de acuerdo a la pregunta formulada un 67% indica que la empresa Polo Sur no cuenta con ningún sistema de costos, el 33% no tiene una opinión. Por lo tanto se puede afirmar que la empresa no cuenta con un sistema de costos la cual contribuya al logro de los objetivos de la empresa.

**Tabla 03: ¿Cuánto más o menos es el costo aproximado que se invierte en la adquisición de insumos al año?**

| DESCRIPCIÓN       | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|-------------------|------------|-------------|
| 1000 soles        | 0          | 0%          |
| 2000 soles        | 0          | 0%          |
| Más de 3000 soles | 3          | 100%        |
| No sabe/No opina  | 0          | 0%          |
| <b>Total</b>      | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

#### ANALISIS E INTERPRETACION

La tabla 03 da a conocer el monto que invierte la Empresa Polo Sur en adquisición de insumos, el 100% de los encuestados indicó que la adquisición de insumos al año se invierte más de 3000 soles.

**Tabla 04: ¿Cuántos trabajadores laboran en la Lavandería Polo Sur EIRL?**

| DESCRIPCIÓN      | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|------------------|------------|-------------|
| 2 Trabajadores   | 0          | 0%          |
| 3 Trabajadores   | 0          | 0%          |
| 4 Trabajadores   | 3          | 100%        |
| No sabe/No opina | 0          | 0%          |
| <b>Total</b>     | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

#### ANALISIS E INTERPRETACION

En la tabla 04 nos da a conocer la cantidad de trabajadores que laboran en la Lavandería Polo Sur Cusco, en donde el 100% de los encuestados indicaron que son 4 trabajadores que laboran en la Lavandería Polo Sur Cusco.

**Tabla N° 05: ¿Los trabajadores se encuentran en planilla?**

| DESCRIPCIÓN      | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|------------------|------------|-------------|
| Si               | 3          | 100%        |
| No               | 0          | 0%          |
| No sabe/No opina | 0          | 0%          |
| <b>Total</b>     | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

#### ANALISIS E INTERPRETACION

La tabla 05 da a conocer si los trabajadores se encuentran en planilla, teniendo como resultado que el 100 % de los encuestados indicaron que todos los trabajadores que laboran en la Lavandería Polo Sur Cusco EIRL se encuentran en planilla, por lo tanto la empresa Polo Sur Cusco cumple con pagar los beneficios sociales a sus trabajadores.

**Tabla 06: ¿Cuánto es el sueldo de los trabajadores que realizan a labor del proceso del lavado ropa?**

| DESCRIPCIÓN      | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|------------------|------------|-------------|
| 1000 soles       | 0          | 0%          |
| 1200 soles       | 3          | 100%        |
| 1500 soles       | 0          | 0%          |
| No sabe/No opina | 0          | 0%          |
| <b>Total</b>     | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

#### ANALISIS E INTERPRETACION

La tabla 06 nos muestra un resultado sobre el sueldo de los trabajadores que realizan el lavado de ropa al seco y al vapor, donde el 100% de los encuestados indicaron que el sueldo que perciben es la suma de S/. 1200 soles por las diferentes actividades que se realizan durante el proceso de lavado de prendas de vestir.

**Tabla 07: ¿Cuánto es el sueldo del Titular?**

| DESCRIPCIÓN      | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|------------------|------------|-------------|
| 1000 soles       | 0          | 0%          |
| 1200 soles       | 0          | 0%          |
| 1500 soles       | 2          | 67%         |
| No sabe/No opina | 1          | 33%         |
| <b>Total</b>     | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

### ANALISIS E INTERPRETACION

La tabla 07 nos muestra como resultado que el sueldo del Titular de la Empresa Polo Sur Cusco EIRL, con un 67% de los encuestados indicó que el sueldo del Titular de la Lavandería Polo Sur Cusco EIRL es de 1500 soles, mientras que el 33% de los encuestados no sabe cuánto es lo que gana el Titular.

**Tabla 08: ¿La Empresa Polo Sur Cusco EIRL que monto aproximado considera en la depreciación de las maquinarias con que se desarrollan sus actividades?**

| DESCRIPCIÓN       | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|-------------------|------------|-------------|
| 500 - 1000 soles  | 2          | 67%         |
| 1000 - 1500 soles | 0          | 0%          |
| 1500 - 2000 soles | 0          | 0%          |
| No sabe/No opina  | 1          | 33%         |
| <b>Total</b>      | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

### ANALISIS E INTERPRETACIÓN

La tabla 08 muestra un resultado de cuanto aproximadamente se considera en la depreciación de la maquinaria y equipos de lavandería de Polo Sur Cusco EIRL, donde el 67% responde entre 500 y 1000 soles y un 33% de encuestados indicaron que no sabe, desconoce esa información. Por lo tanto se puede decir que la empresa considera los gastos por depreciación.

**Tabla 09: ¿Cree que el servicio que brinda la Empresa es de calidad para los clientes?**

| DESCRIPCIÓN      | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|------------------|------------|-------------|
| Si               | 3          | 100%        |
| No               | 0          | 0%          |
| No sabe/No opina | 0          | 0%          |
| <b>Total</b>     | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

#### ANALISIS E INTERPRETACION

La tabla 09 de acuerdo al análisis muestra que el servicio que brinda la Empresa es de calidad para los clientes, donde el 100% de los encuestados indicaron que efectivamente el servicio que brinda la Empresa Polo Sur es de calidad para los clientes.

**Tabla 10: ¿Cómo determina el precio?**

| DESCRIPCIÓN       | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|-------------------|------------|-------------|
| Al tanteo         | 0          | 0%          |
| Competencia       | 2          | 67%         |
| Volumen de Ventas | 1          | 33%         |
| Otros             | 0          | 0%          |
| <b>Total</b>      | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

#### ANALISIS E INTERPRETACION

La tabla 10 según los resultados obtenidos un 67% de los encuestados señalaron que una de las formas de fijar los precios es de acuerdo a la competencia, mientras que el otro 33% de los encuestados indico que es de acuerdo al volumen de ventas donde fijan su precio en la empresa Polo Sur Cusco E.I.R.L. de la Ciudad del Cusco, entonces se puede decir que la empresa no toma en consideración los costos como criterio para fijar sus precios, lo cual puede resultar perjudicial para la empresa.

**Tabla 11: ¿Cuánto paga por el servicio de Agua mensual?**

| DESCRIPCIÓN           | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|-----------------------|------------|-------------|
| Entre 100 y 200 soles | 0          | 0%          |
| Entre 200 y 300 soles | 0          | 0%          |
| Entre 300 y 400 soles | 2          | 67%         |
| No sabe/No opina      | 1          | 33%         |
| <b>Total</b>          | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

### ANALISIS E INTERPRETACION

La tabla 11 según las encuestas aplicadas se tiene como resultado que un 67% indicaron que por el servicio de agua mensual se paga entre 300 y 400 soles, y el 33% de los encuestados indicaron que no sabe cuánto se paga por los servicios de agua.

**Tabla 12: ¿Cuánto paga por el servicio de Electricidad mensual?**

| DESCRIPCIÓN           | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|-----------------------|------------|-------------|
| Entre 100 y 200 soles | 0          | 0%          |
| Entre 200 y 300 soles | 2          | 67%         |
| Entre 300 y 400 soles | 0          | 0%          |
| No sabe/No opina      | 1          | 33%         |
| <b>Total</b>          | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

### ANALISIS E INTERPRETACION

La tabla 12 da a conocer el monto que se invierte en el pago de servicio de electricidad al mes, donde el 67% de los encuestados indicaron que pagan el servicio de electricidad mensual entre 200 y 300 soles, y el 33% de los encuestados indicaron que no sabe cuánto se paga por servicios de electricidad.



**Tabla 13: ¿Cuánto paga por el servicio de Teléfono mensual?**

| DESCRIPCIÓN           | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|-----------------------|------------|-------------|
| Entre 50 y 100 soles  | 2          | 67%         |
| Entre 100 y 200 soles | 0          | 0%          |
| Entre 200 y 300 soles | 0          | 0%          |
| No sabe/No opina      | 1          | 33%         |
| <b>Total</b>          | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

#### ANALISIS E INTERPRETACION

La tabla 13 da a conocer cuánto se paga por el servicio de teléfono al mes, donde el 67% de los encuestados indicaron que pagan el servicio de teléfono mensual entes 50 y 100 soles, y el 33% de los encuestados indicaron que no sabe el monto que se paga por los servicios de teléfono.

**Tabla 14: ¿Cuánto paga por alquiler de su establecimiento de Lavandería?**

| DESCRIPCIÓN           | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|-----------------------|------------|-------------|
| Entre 300 y 400 soles | 0          | 0%          |
| Entre 400 y 500 soles | 2          | 67%         |
| Entre 500 y 600 soles | 0          | 0%          |
| No sabe/No opina      | 1          | 33%         |
| <b>Total</b>          | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

#### ANALISIS E INTERPRETACION

La tabla 14 da a conocer el pago del alquiler de la Lavandería Polo Sur Cusco EIRL, en donde el 67% de los encuestados señalaron que la Empresa de Lavandería Polo Sur Cusco EIRL paga entre 400 y 500 soles, mientras que el 33% indico que no sabe cuánto se paga por servicio de alquiler.

**Tabla 15: ¿Aproximadamente cuantos clientes acuden a la lavandería en un mes?**

| DESCRIPCIÓN      | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|------------------|------------|-------------|
| Entre 100 y 200  | 0          | 0%          |
| Entre 200 y 300  | 0          | 0%          |
| Entre 300 a mas  | 2          | 67%         |
| No sabe/No opina | 1          | 33%         |
| <b>Total</b>     | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

### ANALISIS E INTERPRETACION

La tabla 16 demuestra que la cantidad aproximada de clientes que acuden a lavandería en un mes, donde el 67% de los encuestados indico que acuden a la lavandería entre 300 a más clientes, el 33% de los encuestados señaló que no sabe la cantidad de clientes que acuden a la lavandería.

**Tabla 16: ¿Usted sabe cuánto de utilidad se obtiene por el servicio?**

| DESCRIPCIÓN      | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|------------------|------------|-------------|
| Si               | 0          | 0%          |
| No               | 2          | 67%         |
| No sabe/No opina | 1          | 33%         |
| <b>Total</b>     | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

### ANALISIS E INTERPRETACION

La tabla 16 da a conocer si es que tiene conocimiento sobre la utilidad que se obtiene por el servicio de lavandería, en donde el 67% de los encuestados señalaron que la Empresa de lavandería no sabe exactamente cuánto de utilidad obtiene por el servicio y el 33% de los encuestados indicó que no sabe si la empresa obtiene utilidad o no.

**Tabla 17: ¿Qué canales de distribución utiliza?**

| DESCRIPCIÓN         | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|---------------------|------------|-------------|
| Entrega Directa     | 3          | 100%        |
| Entrega a domicilio | 0          | 0%          |
| No sabe/No opina    | 0          | 0%          |
| <b>Total</b>        | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

#### ANALISIS E INTERPRETACION

La tabla 17 según la encuesta aplicada se obtuvo como resultado que el 100% de los encuestados manifiestan que el canal de distribución que utilizan es el canal directo, la razón es, porque todas las operaciones de atención al cliente y comercialización se desarrollan en el mismo local de la lavandería.

**Tabla 18: ¿Qué forma de publicidad utilizan para promocionar a la Empresa?**

| DESCRIPCIÓN      | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|------------------|------------|-------------|
| Radial           | 3          | 100%        |
| Televisión       | 0          | 0%          |
| Volantes         | 0          | 0%          |
| Redes sociales   | 0          | 0%          |
| No sabe/No opina | 0          | 0%          |
| <b>Total</b>     | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

#### ANALISIS E INTERPRETACION

La tabla 18 da a conocer la forma de publicidad que utiliza la empresa para promocionarse, donde el 100% de los encuestados señalaron que la Empresa utiliza la publicidad radial para promocionar el servicio de la Empresa Polo Sur Cusco EIRL.

**Tabla 19: ¿Actualmente los servicios que brinda cuenta con ofertas?**

| DESCRIPCIÓN      | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|------------------|------------|-------------|
| Si               | 3          | 100%        |
| No               | 0          | 0%          |
| No sabe/No opina | 0          | 0%          |
| <b>Total</b>     | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (encuestas)

#### ANALISIS E INTERPRETACION

La tabla 19 da a conocer si los servicios que brinda la Empresa cuentan con ofertas, en donde el 100% de los encuestados señalaron que la Empresa cuenta con ofertas, es decir brinda el servicio a los clientes frecuentes con promoción para que estos se fidelicen.

**Tabla 20: ¿A quiénes ofreces las Ofertas de la Empresa?**

| DESCRIPCIÓN  | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Conocidos    | 2          | 67%         |
| Vecinos      | 1          | 33%         |
| <b>Total</b> | <b>3</b>   | <b>100%</b> |

#### ANALISIS E INTERPRETACION

La tabla 20 da a conocer a que personas son ofrecidas las ofertas que brinda la empresa Polo Sur Cusco E.I.R.L, en donde el 67% indica que las ofertas se ofrecen a los conocidos y el 33% señala que ofrece las ofertas de la Empresa a sus vecinos.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN

#### 6.1 Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos

El desarrollo del presente trabajo de investigación ha permitido determinar que los costos de la lavandería al seco y al vapor en la empresa POLO SUR CUSCO EIRL, se establecen de manera empírica y su comercialización no se justifica, debido a la falta de una estructura de costos establecida de manera técnica lo cual viene a ser una debilidad al momento de tomar decisiones por parte de la administración, a consecuencia de que no se tiene bien establecido el costo del servicio.

- No se cuenta con un sistema para la determinación de los costos de servicios directos, evidenciando escasas de información relevante en cuanto a la cantidad exacta de insumos y la distribución de la mano de obra directa, no teniendo la información necesaria para tomar decisiones las cuales ayuden al desarrollo de la empresa.
- En cuanto a los Costos Indirectos, no se cuenta con un auxiliar de los Costos Indirectos de Fabricación, por lo tanto no se tiene información sobre la distribución de los CIF a cada una de los servicios que brinda la empresa, evidenciando falta de información de mucha importancia en cuanto a la redistribución de los CIF para cada uno de los servicios que brinda, así mismo realizar una absorción adecuada de la mano de obra indirecta, materiales indirectos, servicios públicos y la depreciación que muchas veces no se considera para el cálculo de los costos, lo cual representa información relevante para tomar decisiones las cuales coadyuven al desarrollo de la empresa.
- En cuanto a la determinación del precio de comercialización, actualmente se aplica en base a la competencia, es decir trata de estar en igualdad con los precios que cobran las demás empresas del mismo rubro, no tomando en cuenta ciertos factores tales como el costo del servicio, la calidad del servicio, canales de distribución, publicidad, niveles de satisfacción entre otros factores que coadyuven al proceso de comercialización de los servicios que ofrece la lavandería.

Por lo tanto se puede apreciar que la empresa necesita que se determine los costos.

#### 6.2 Limitaciones del Estudio

Durante el desarrollo del presente trabajo de investigación, en lo concerniente a las limitaciones que se ha tenido es que no existe mucha información sobre el rubro de las lavanderías.



### 6.3 Comparación crítica de la literatura existente

- Según lo enuncia Víctor Emilio Llumiquinga Cisneros, en su trabajo de investigación titulado: “PROPUESTA DE UN SISTEMA DE COSTOS POR PROCESOS PARA LA EMPRESA LAVAMÉRICA DEDICADA AL SERVICIO DE LAVADO DE PRENDAS DE VESTIR”, sostuvo como objetivo principal mejorar los procesos de producción y administrativos existentes en empresas de servicios dedicadas al lavado de toda clase de prendas de vestir en el Cantón Rumiñahui y la ciudad de Quito.

De sus resultados presentados se pudo observar que para la fijación de precios el 92% de estos son determinados según la competencia que se encuentra dentro del mercado local.

Realizando la comparación crítica podemos indicar que este resultado tiene mayor semejanza con nuestro trabajo de investigación que realizamos, puesto que se determinó que la Empresa Polo Sur Cusco no cuenta con un sistema de costos de lavandería al seco y vapor, por lo tanto la fijación del precio de venta lo realiza de acuerdo a la competencia.

- Según lo enuncia Luis Fernando Moreno Tovar, Cristian Antonio Morales Hoyos, en su trabajo de investigación titulado: “GESTIÓN DE COSTOS EN UNA LAVANDERÍA INDUSTRIAL “LAVANDERIA COLUMBUS” BASADO EN UN SISTEMA ABC”, sostuvo como objetivo principal diseñar un modelo de costos ABC que permita conocer con mayor certeza los costos y utilidades en las referencias equivalentes al 80% de la producción en una Lavandería industrial.

De sus resultados presentados se pudo observar: que realizaron la evaluación de las actividades, por medio del modelo de ABC, se encuentra el margen de utilidad del producto Ropa a Color es del 32% y se modificaría el precio de ventas por el de \$ 9.400.

Realizando la comparación crítica podemos indicar que este resultado tiene semejanza con nuestro trabajo de investigación que realizamos, puesto que proponemos la determinación de costos de lavandería al seco y al vapor para que le permita conocer con certeza los costos de materia prima, mano de obra y costos indirectos, así como también determinar la utilidad real.

- Según lo enuncia Christian Daniel Vidal Pérez, en su trabajo de investigación titulado: “IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD EN UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVANDERIA”, sostuvo como objetivo principal describir y analizar la situación actual de la gestión en la empresa, utilizando el análisis comparativo y tomando como referencia el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2000, con la finalidad de identificar las carencias y deficiencias de la gestión actual, a fin de



proponer una Metodología Integral para la implantación de un sistema de gestión de calidad para la Empresa.

De sus resultados presentados se pudo observar que se logró el objetivo del esfuerzo de la empresa por implantar un SGC certificado por la ISO, como herramienta para lograr la mejora continua en sus procesos y la satisfacción de sus clientes.

Realizando la comparación crítica podemos indicar que esta conclusión tiene semejanza con nuestro trabajo de investigación que realizamos, puesto que se determinó que el 65% de los clientes afirman que la Empresa Polo Sur Cusco EIRL brinda un servicio de calidad. Lo que nos da a entender que los clientes están satisfechos con el servicio de la empresa.

#### **6.4 Implicancias del estudio**

La falta de la implementación de un sistema de costos que muestre el costo real que se incurre en el lavado al seco y vapor por cada prenda o kilo de ropa, no permite saber el margen de utilidad real que se obtiene por cada prenda lavada, así mismo el precio que se fija no es adecuada, puesto que se desconoce los costos directos e indirectos que utiliza la Empresa de Lavandería para el lavado de ropa.

## EL ESTABLECIMIENTO IDEAL DE LOS COSTOS DE LA LAVANDERIA AL SECO Y AL VAPOR EN LA EMPRESA POLO SUR CUSCO.

### COSTOS POR ORDENES DE SERVICIO

1. Razón Social de la Empresa: POLO SUR CUSCO E.I.R.L.
2. Sistema de Costos que se aplica en la empresa:
  - 2.1. Por el tipo de producción: Sistema de Costos por órdenes de Servicios
  - 2.2. Por los elementos de costos variables y fijos incorporados en el costo de servicios de lavandería al seco y al vapor por prenda y por kilos.
3. Aplicación de los elementos del costo al proceso de servicio
  - 3.1. Suministros Diversos: La aplicación de los costos de los materiales auxiliares para cada hoja de servicios para las que fueron solicitadas sustentadas con sus respectivas requisiciones.
  - 3.2. Trabajo Directo: La aplicación del costo del trabajo directo, también será en forma directa a cada orden de servicio en los que laboraron los trabajadores, según el tiempo que le dediquen a cada servicio.
  - 3.3. Costos Indirectos de Fabricación: La aplicación de los costos indirectos de fabricación es directa, para ello primeramente todos los costos indirectos de fabricación son acumulados en forma mensual en el mayor auxiliar de costos indirectos de fabricación para luego ser aplicados a todas las ordenes de servicios procesadas durante el mes de Enero del 2018:
4. Los cálculos de costos que se han de realizar corresponde a un mes.
5. En el mes se ha tiene 05 variedades de servicios que brinda, por lo tanto se apertura 05 órdenes de servicios.

**Tabla 21: Detalle de las Órdenes de Servicios**

| Órdenes de Servicios  | SERVICIO        | CANTIDAD              |
|-----------------------|-----------------|-----------------------|
| Sacos                 | Clientes Varios | <b>200 Unidades</b>   |
| Pantalones            | Clientes Varios | <b>240 Unidades</b>   |
| Abrigos               | Clientes Varios | <b>150 Unidades</b>   |
| Lavado Vapor Blanco   | Clientes Varios | <b>500 Kilogramos</b> |
| Lavado Al Vapor Color | Clientes Varios | <b>700 Kilogramos</b> |

Fuente: Elaboración Propia



6. La Empresa cuenta con (03) tres trabajadores entre mano de obra directa e indirecta 01 que se dedica exclusivamente a lavandería, 01 que labora en el área de lavandería y a la vez realiza un control de calidad y 01 que labora como recepcionista, siendo sus ocupaciones y sueldos los siguientes:

**Tabla 22: Mano de Obra Directa e Indirecta**

| Trabajador      | Ocupación              | Sueldo Mensual | SIS   | Vacaciones | Total    | Tipo de Mano Obra |
|-----------------|------------------------|----------------|-------|------------|----------|-------------------|
| Luisa Fernández | Lavandería             | 1,200.00       | 15.00 | 50.00      | 1,265.00 | Directa           |
| Juan Miranda    | Supervisor /Lavandería | 900.00         | 9.00  | 37.50      | 946.50   | Directa           |
| Juan Miranda    | Supervisor /Lavandería | 600.00         | 6.00  | 25.00      | 631.00   | Indirecta         |
| Lucía Espetia   | Recepcionista          | 1,200.00       | 15.00 | 50.00      | 1,265.00 | Indirecta         |

Fuente: Elaboración propia

Aportes del Empleador:

- SIS (Sistema Integrado de Salud), Régimen Semicontributivo

7. El titular de la empresa se encuentra en planillas, quien es el que administra la empresa, además del pago al contador, que es un trabajador externo.

**Tabla 23: Gastos Administrativos**

| Detalle                             | Unidad Medida | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total     |
|-------------------------------------|---------------|----------|----------------|-----------------|
| Sueldo Administrador                | Mes           | 1        | 1,500.00       | 1,500.00        |
| Beneficios Administrador            | Mes           | 1        | 15.00          | 15.00           |
| Provisión mensual vacaciones        | Mes           | 1        | 62.50          | 62.50           |
| Pago al Contador                    | Mes           | 1        | 150.00         | 150.00          |
| <b>Total Gastos Administrativos</b> |               |          |                | <b>1,727.50</b> |

Fuente: Elaboración Propia

8. En lo que respecta a los gastos de venta, solamente se considera el pago de publicidad radial por la suma de S/. 50.00

9. Los Activos Fijos ubicados en la planta son:

Tabla 24: Tasa De Depreciación Activo Fijo

| ACTIVO FIJO                       | COSTO     | TASA DE DEPRECIACIÓN ANUAL |
|-----------------------------------|-----------|----------------------------|
| 01 Lavadora al seco               | 28,700.00 | 12.50%                     |
| 02 Lavadoras semi – industriales. | 9,400.00  | 12.50%                     |
| 02 prensas para planchado         | 4,000.00  | 12.50%                     |
| 01 Equipo de computo              | 1,700.00  | 20.00%                     |
| 01 Impresora                      | 400.00    | 20.00%                     |
| Muebles y enseres                 | 1,500.00  | 10.00%                     |

Fuente: Elaboración Propia

10. Los materiales directos e indirectos utilizados por la empresa son:

Tabla 25: Materiales Directos y Materiales indirectos

| MATERIALES DIRECTOS  | MATERIALES INDIRECTOS | UNIDAD MEDIDA  | COSTO UNITARIO |
|----------------------|-----------------------|----------------|----------------|
| Percloritileno       |                       | Kilogramo      | 42.00          |
| Alcohol 96°          |                       | Litro          | 3.50           |
| Ácido Acético        |                       | Kilogramo      | 4.15           |
| Suavizante catiónico |                       | Kilogramo      | 3.00           |
| Suavizante no iónico |                       | Kilogramo      | 8.84           |
| Agua Oxigenada       |                       | Litro          | 2.20           |
| Desmanchadores       |                       | Kilogramo      | 22.00          |
| Fijadores            |                       | Litro          | 18.00          |
| Detergente Liquido   |                       | Litro          | 35.00          |
|                      | Bolsas Plásticas      | Pqte 2 cientos | 20.00          |
|                      | Ganchos colgar        | Ciento         | 30.00          |
|                      | Guantes               | Caja 20 unid.  | 25.00          |
|                      | Respiradores          | Unidad         | 20.00          |

Fuente: Elaboración Propia

11. Durante el mes de enero se consumieron Materiales Directos por los siguientes valores:

**Tabla 26: Consumo de Materiales Directos e Indirectos**

|                              | Detalle              | Unidad Medida  | OS-1 Sacos | OS-2 Pantalones | OS-3 Abrigos | OS-4 Ropa Blanca | OS-5 Ropa Color | Cant. Total |
|------------------------------|----------------------|----------------|------------|-----------------|--------------|------------------|-----------------|-------------|
| <b>MATERIALES DIRECTOS</b>   | Percloritileno       | Kilogramo      | 4.20       | 2.30            | 2.50         |                  |                 | 10.00       |
|                              | Alcohol 96°          | Litro          | 10.50      | 5.75            | 8.75         |                  |                 | 25.00       |
|                              | Ácido Acético        | Kilogramo      | 10.50      | 5.75            | 8.75         |                  |                 | 25.00       |
|                              | Suavizante catiónico | Kilogramo      | 8.40       | 4.60            | 7.00         |                  |                 | 20.00       |
|                              | Suavizante no iónico | Kilogramo      | 4.20       | 2.30            | 3.50         |                  |                 | 10.00       |
|                              | Agua Oxigenada       | Litro          | 10.50      | 5.75            | 8.75         |                  |                 | 25.00       |
|                              | Desmanchadores       | Kilogramo      |            |                 |              | 8.00             |                 | 8.00        |
|                              | Fijadores            | Litro          |            |                 |              |                  | 12.00           | 12.00       |
|                              | Detergente Liquido   | Litro          |            |                 |              | 10.50            | 19.50           | 30.00       |
| <b>MATERIALES INDIRECTOS</b> | Bolsas Plásticas     | Pqte 2 cientos |            |                 |              |                  |                 | 2.00        |
|                              | Ganchos de colgar    | Ciento         |            |                 |              |                  |                 | 2.00        |
|                              | Guantes              | Caja 20 unid.  |            |                 |              |                  |                 | 2.00        |
|                              | Respiradores         | Unidad         |            |                 |              |                  |                 | 2.00        |

**Fuente:** Elaboración propia

12. En el mes de Enero se efectuaron además los siguientes gastos (solo departamento de servicios)

- a. Gastos de reparación de maquinaria : S/. 80.00 CIF
- b. Consumo de energía eléctrica : S/. 160.00 CIF
- c. Consumo de agua : S/. 276.00 CD; CIF
- d. Consumo de teléfono : S/. 90.00 CIF

**NOTA:** El consumo de agua esta redistribuido como costo directo en lo que respecta en el lavado al vapor y costo indirecto.

13. El factor se calculó dividiendo el total del mayor auxiliar de costos indirectos de fabricación entre el total de materiales directos.

**Tabla 27: Mayor Auxiliar de Costos Indirectos de Fabricación**

| DETALLE                 |                  | SUB TOTAL | TOTAL           |
|-------------------------|------------------|-----------|-----------------|
| Mano de Obra Indirecta  |                  |           | 1,800.00        |
| Beneficios Sociales MOI |                  |           | 96.00           |
| Beneficios Sociales MOD |                  |           | 111.50          |
| Materiales Indirectos   |                  |           | 190.00          |
|                         | Bolsas Plásticas | 40.00     |                 |
|                         | Ganchos colgar   | 60.00     |                 |
|                         | Guantes          | 50.00     |                 |
|                         | Respiradores     | 40.00     |                 |
| Reparaciones            |                  |           | 80.00           |
| Servicio Agua           |                  |           | 184.00          |
| Servicio Luz            |                  |           | 160.00          |
| Servicio de Teléfono    |                  |           | 90.00           |
| Depreciación            |                  |           | 486.04          |
| Alquileres              |                  |           | 500.00          |
| <b>TOTAL</b>            |                  |           | <b>3,697.54</b> |

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 28: Cálculo de la Depreciación**

| Activos Fijos                  | Costo     | Tasa Dep.<br>Anual | Deprec.<br>Anual | Deprec.<br>Mensual |
|--------------------------------|-----------|--------------------|------------------|--------------------|
| 01 Lavadora al seco            | 28,700.00 | 12.5%              | 3587.50          | 298.96             |
| 02 Lavadoras semi-industriales | 9,400.00  | 12.5%              | 1175.00          | 97.92              |
| 02 prensas planchado           | 4,000.00  | 12.5%              | 500.00           | 41.67              |
| 01 Equipo Computo              | 1,700.00  | 20.0%              | 340.00           | 28.33              |
| 01 Impresora                   | 400.00    | 20.0%              | 80.00            | 6.67               |
| Muebles y Enseres              | 1,500.00  | 10.0%              | 150.00           | 12.50              |
| <b>TOTAL</b>                   |           |                    |                  | <b>486.04</b>      |

Fuente: Elaboración Propia



Tabla 29: Órdenes de Servicios de Ternos

| <b>ORDEN DE SERVICIO SACOS DE TERNOS</b> |                      |  |         |          |
|--|----------------------|--|---------|----------|
| DESCRIPCION : SACOS DE TERNO             |                      | ENTREGA A ALMACEN: 01/01/2018                  |         |          |
| FECHA DE INICIO: 01/01/2018              |                      | FECHA DE TERMINO: 31/01/2018                   |         |          |
| FABRICADO PARA : CLIENTES VARIOS         |                      |  |         |          |
| COSTO UNITARIO: ..... 7.54240847         |                      |  |         |          |
| 1er ELEMENTO                             |                      | <b><u>INSUMOS</u></b>                          |         |          |
| FECHA                                    | REQ. N°              | ESPECIFICACION                                 | IMPORTE |          |
|  |                      | Percloritileno                                 | 176.40  |          |
|  |                      | Alcohol 96°                                    | 36.75   |          |
|  |                      | Acido Acetico                                  | 43.58   |          |
|  |                      | Suavizante cationico                           | 25.20   |          |
|  |                      | Suavizante no ionico                           | 37.13   |          |
|  |                      | Agua Oxigenada                                 | 23.10   |          |
|  |                      | TOTAL  | 342.15  |          |
| 2do ELEMENTO                             |                      | <b><u>TRABAJO DIRECTO</u></b>                  |         |          |
| FECHA                                    | MES                  | OBRAERO  | HORAS   | IMPORTE  |
|  | Enero                | Luisa Fernandez                                | 87      | 435.00   |
|  | Enero                | Dominicales                                    | 13      | 65.00    |
|  |                      |  |         | 500.00   |
| 3er ELEMENTO                             |                      | <b><u>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</u></b> |         |          |
| APLICACIÓN                               | BASE DE DISTRIBUCION | FACTOR   | IMPORTE |          |
|  | Insumos              | 1.94745828                                     | 666.33  |          |
|  |                      |  | 666.33  |          |
| OBSERVACIONES                            |                      |  |         |          |
| <b>RESUMEN DEL COSTO</b>                 |                      |  |         |          |
| CONCEPTO                                 |                      |  |         | IMPORTE  |
| MATERIA PRIMA UTILIZADA                  |                      |  |         | 342.15   |
| TRABAJO DIRECTO EMPLEADO                 |                      |  |         | 500.00   |
| <b>COSTO PRIMO</b>                       |                      |  |         | 842.15   |
| GASTOS DE FABRICACION                    |                      |  |         | 666.33   |
| <b>COSTO DEL SERVICIO</b>                |                      |  |         | 1,508.48 |
| AUXILIAR DE COSTOS                       |                      |  |         | CONTADOR |

Fuente: Elaboración propia



Tabla 30: Órdenes de Servicios de Pantalones

| <b>ORDEN DE SERVICIO PANTALONES</b>                        |                      |  |         |          |
|--|----------------------|--|---------|----------|
| DESCRIPCION : PANTALONES.....ENTREGA A ALMACEN: 01/01/2019 |                      |  |         |          |
| FECHA DE INICIO: 01/01/2019                                |                      | FECHA DE TERMINO: 31/01/2019                   |         |          |
| FABRICADO PARA : Clientes Varios                           |                      |  |         |          |
| COSTO UNITARIO: ..... 3.44693244                           |                      |  |         |          |
| 1er ELEMENTO   |                      | <b><u>INSUMOS</u></b>                          |         |          |
| FECHA  | REQ. N°              | ESPECIFICACION                                 | IMPORTE |          |
|  |                      | Percloritileno                                 | 96.60   |          |
|  |                      | Alcohol 96°                                    | 20.13   |          |
|  |                      | Acido Acetico                                  | 23.86   |          |
|  |                      | Suavizante cationico                           | 13.80   |          |
|  |                      | Suavizante no ionico                           | 20.33   |          |
|  |                      | Agua Oxigenada                                 | 12.65   |          |
|  |                      | TOTAL  | 187.37  |          |
| 2do ELEMENTO   |                      | <b><u>TRABAJO DIRECTO</u></b>                  |         |          |
| FECHA  | MES                  | OBRAERO  | HORAS   | IMPORTE  |
|  | Enero                | Luisa Fernandez                                | 48      | 240.00   |
|  | Enero                | Dominicales                                    | 7       | 35.00    |
|  |                      |  |         |          |
|  |                      |  |         |          |
|  |                      |  |         | 275.00   |
| 3er ELEMENTO   |                      | <b><u>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</u></b> |         |          |
| APLICACIÓN   | BASE DE DISTRIBUCION | FACTOR   | IMPORTE |          |
|  | Insumos              | 1.94745828                                     | 364.89  |          |
|  |                      |  | 364.89  |          |
| OBSERVACIONES  |                      |  |         |          |
| <b>RESUMEN DEL COSTO</b>                                   |                      |  |         |          |
| CONCEPTO   |                      |  |         | IMPORTE  |
| MATERIA PRIMA UTILIZADA                                    |                      |  |         | 187.37   |
| TRABAJO DIRECTO EMPLEADO                                   |                      |  |         | 275.00   |
| <b>COSTO PRIMO</b>   |                      |  |         | 462.37   |
| GASTOS DE FABRICACION                                      |                      |  |         | 364.89   |
| <b>COSTO DEL SERVICIO</b>                                  |                      |  |         | 827.26   |
| AUXILIAR DE COSTOS   |                      |  |         | CONTADOR |

Fuente: Elaboración Propia



Tabla 31: Órdenes de Servicios de Abrigos

| <b>ORDEN DE SERVICIO ABRIGOS</b> |                      |   |         |          |
|----------------------------------|----------------------|---|---------|----------|
| DESCRIPCION : ABRIGOS            |                      | ENTREGA A ALMACEN: 01/01/2018           |         |          |
| FECHA DE INICIO: 01/01/2018      |                      | FECHA DE TERMINO: 31/01/2018            |         |          |
| FABRICADO PARA : Clientes Varios |                      |   |         |          |
| COSTO UNITARIO: ..... 8.40267607 |                      |   |         |          |
| 1er ELEMENTO                     |                      | <b>INSUMOS</b>                          |         |          |
| FECHA                            | REQ. N°              | ESPECIFICACION                          | IMPORTE |          |
|                                  |                      | Percloritileno                          | 147.00  |          |
|                                  |                      | Alcohol 96°                             | 30.63   |          |
|                                  |                      | Acido Acetico                           | 36.31   |          |
|                                  |                      | Suavizante cationico                    | 21.00   |          |
|                                  |                      | Suavizante no ionico                    | 30.94   |          |
|                                  |                      | Agua Oxigenada                          | 19.25   |          |
| TOTAL                            |                      |   | 285.13  |          |
| 2do ELEMENTO                     |                      | <b>TRABAJO DIRECTO</b>                  |         |          |
| FECHA                            | MES                  | OBRERO                                  | HORAS   | IMPORTE  |
|                                  | Enero                | Luisa Fernandez                         | 73      | 365.00   |
|                                  | Enero                | Dominical                               | 11      | 55.00    |
|                                  |                      |   |         | 420.00   |
| 3er ELEMENTO                     |                      | <b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b> |         |          |
| APLICACIÓN                       | BASE DE DISTRIBUCION | FACTOR                                  | IMPORTE |          |
|                                  | Insumos              | 1.94745828                              | 555.27  |          |
|                                  |                      |   |         | 555.27   |
| OBSERVACIONES                    |                      |   |         |          |
| <b>RESUMEN DEL COSTO</b>         |                      |   |         |          |
| CONCEPTO                         |                      |   |         | IMPORTE  |
| MATERIA PRIMA UTILIZADA          |                      |   |         | 285.13   |
| TRABAJO DIRECTO EMPLEADO         |                      |   |         | 420.00   |
| <b>COSTO PRIMO</b>               |                      |   |         | 705.13   |
| GASTOS DE FABRICACION            |                      |   |         | 555.27   |
| <b>COSTO DEL SERVICIO</b>        |                      |   |         | 1,260.40 |
| AUXILIAR DE COSTOS               |                      |   |         | CONTADOR |

Fuente: Elaboración Propia



Tabla 32: Órdenes de Servicios de Lavado al Vapor de ropa blanca

| <b>ORDEN DE SERVICIO LAVADO AL VAPOR</b> |                      |  |            |                 |
|--|----------------------|--|------------|-----------------|
| <b><u>ROPA BLANCA</u></b>                |                      |  |            |                 |
| DESCRIPCION : LAVADO AL VAPOR            |                      | ENTREGA A ALMACEN: 01/01/2018                  |            |                 |
| FECHA DE INICIO: 01/01/2018              |                      | FECHA DE TERMINO: 31/01/2018                   |            |                 |
| FABRICADO PARA : Clientes Varios         |                      |  |            |                 |
| COSTO UNITARIO: ..... 3.12944462         |                      |  |            |                 |
| 1er ELEMENTO                             |                      | <b><u>INSUMOS</u></b>                          |            |                 |
| FECHA                                    | REQ. N°              | ESPECIFICACION                                 | IMPORTE    |                 |
|  |                      | Desmanchadores                                 | 176.00     |                 |
|  |                      | Detergente Liquido                             | 210.00     |                 |
|  |                      | Agua   | 38.00      |                 |
|  |                      |  |            |                 |
|  |                      |  |            |                 |
|  |                      | TOTAL  | 424.00     |                 |
| 2do ELEMENTO                             |                      | <b><u>TRABAJO DIRECTO</u></b>                  |            |                 |
| FECHA                                    | MES                  | OBRAERO  | HORAS      | IMPORTE         |
|  | Enero                | Juan Miranda                                   | 73         | 273.75          |
|  | Enero                | Dominical                                      | 11         | 41.25           |
|  |                      |  |            |                 |
|  |                      |  |            |                 |
|  |                      |  |            | 315.00          |
| 3er ELEMENTO                             |                      | <b><u>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</u></b> |            |                 |
| APLICACIÓN                               | BASE DE DISTRIBUCION |  | FACTOR     | IMPORTE         |
|  | Insumos              |  | 1.94745828 | 825.72          |
|  |                      |  |            |                 |
|  |                      |  |            | 825.72          |
| OBSERVACIONES                            |                      |  |            |                 |
| <b>RESUMEN DEL COSTO</b>                 |                      |  |            |                 |
| CONCEPTO                                 |                      |  |            | IMPORTE         |
| MATERIA PRIMA UTILIZADA                  |                      |  |            | 424.00          |
| TRABAJO DIRECTO EMPLEADO                 |                      |  |            | 315.00          |
| <b>COSTO PRIMO</b>                       |                      |  |            | <b>739.00</b>   |
| GASTOS DE FABRICACION                    |                      |  |            | 825.72          |
| <b>COSTO DEL SERVICIO</b>                |                      |  |            | <b>1,564.72</b> |
|  |                      |  |            |                 |
|  |                      |  |            |                 |
|  |                      |  |            |                 |
|  |                      |  |            |                 |
| AUXILIAR DE COSTOS                       |                      |  | CONTADOR   |                 |

Fuente: Elaboración Propia





Tabla 33: Órdenes de Servicios de Lavado al Vapor de ropa de color

| <b>ORDEN DE SERVICIO LAVADO AL VAPOR</b> |                      |   |            |          |
|--|----------------------|---|------------|----------|
| <b>ROPA DE COLOR</b>                     |                      |   |            |          |
| DESCRIPCION : LAVADO AL VAPOR            |                      | ENTREGA A ALMACEN: 31/01/2018           |            |          |
| FECHA DE INICIO: 01/01/2018              |                      | FECHA DE TERMINO: 31/01/2018            |            |          |
| FABRICADO PARA : Clientes Varios         |                      |   |            |          |
| COSTO UNITARIO: ..... 3.61474638         |                      |   |            |          |
| 1er ELEMENTO                             |                      | <b>INSUMOS</b>                          |            |          |
| FECHA                                    | REQ. N°              | ESPECIFICACION                          | IMPORTE    |          |
|  |                      | Fijadores                               | 216.00     |          |
|  |                      | Detergente Liquido                      | 390.00     |          |
|  |                      | Agua                                    | 54.00      |          |
| TOTAL                                    |                      |   | 660.00     |          |
| 2do ELEMENTO                             |                      | <b>TRABAJO DIRECTO</b>                  |            |          |
| FECHA                                    | MES                  | OBRAERO                                 | HORAS      | IMPORTE  |
|  | Enero                | Juan Miranda                            | 135        | 506.25   |
|  | Enero                | Dominical                               | 21         | 78.75    |
|  |                      |   |            | 585.00   |
| 3er ELEMENTO                             |                      | <b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b> |            |          |
| APLICACIÓN                               | BASE DE DISTRIBUCION |   | FACTOR     | IMPORTE  |
|  | Insumos              |   | 1.94745828 | 1,285.32 |
|  |                      |   |            | 1,285.32 |
| OBSERVACIONES                            |                      |   |            |          |
| <b>RESUMEN DEL COSTO</b>                 |                      |   |            |          |
| CONCEPTO                                 |                      |   |            | IMPORTE  |
| MATERIA PRIMA UTILIZADA                  |                      |   |            | 660.00   |
| TRABAJO DIRECTO EMPLEADO                 |                      |   |            | 585.00   |
| <b>COSTO PRIMO</b>                       |                      |   |            | 1,245.00 |
| GASTOS DE FABRICACION                    |                      |   |            | 1,285.32 |
| <b>COSTO DEL SERVICIO</b>                |                      |   |            | 2,530.32 |
| AUXILIAR DE COSTOS                       |                      |   |            | CONTADOR |

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 34: Costos del Servicio de Lavado al Seco**

| <b>DETALLE</b>                   | <b>SACOS DE TERNO (200 Prendas)</b> | <b>PANTALONES (240 Prendas)</b> | <b>ABRIGOS (150 Prendas)</b> | <b>TOTAL</b>    |
|----------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|------------------------------|-----------------|
| COSTO DEL SERVICIO               | 1,508.48                            | 827.26                          | 1,260.40                     | <b>3,596.15</b> |
| Insumos Directos                 | 342.15                              | 187.37                          | 285.13                       | <b>814.65</b>   |
| Mano de Obra Directa             | 500.00                              | 275.00                          | 420.00                       | <b>1,195.00</b> |
| Costos Indirectos de Fabricación | 666.33                              | 364.89                          | 555.27                       | <b>1,586.50</b> |

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 35: Costo del Servicio de Lavado al Vapor**

| <b>DETALLE</b>                   | <b>ROPA BLANCA (500 kg)</b> | <b>ROPA DE COLOR (700 Kg.)</b> | <b>TOTAL</b>    |
|----------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-----------------|
| COSTO DEL SERVICIO               | 1,564.72                    | 2,530.32                       | <b>4,095.04</b> |
| Insumos Directos                 | 424.00                      | 660.00                         | <b>1,084.00</b> |
| Mano de Obra Directa             | 315.00                      | 585.00                         | <b>900.00</b>   |
| Costos Indirectos de Fabricación | 825.72                      | 1,285.32                       | <b>2,111.04</b> |

**Fuente:** Elaboración Propia



Tabla 36: Insumos Directos e Indirectos del Servicio de Lavado al Seco y al Vapor

| DETALLE                    | INSUMOS DIRECTOS | INSUMOS INDIRECTOS | TOTAL           |
|----------------------------|------------------|--------------------|-----------------|
| Percloritileno             | 420.00           |                    | 420.00          |
| Alcohol 96°                | 87.50            |                    | 87.50           |
| Ácido Acético              | 103.75           |                    | 103.75          |
| Suavizante catiónico       | 60.00            |                    | 60.00           |
| Suavizante no iónico       | 88.40            |                    | 88.40           |
| Agua Oxigenada             | 55.00            |                    | 55.00           |
| Desmanchadores             | 176.00           |                    | 176.00          |
| Fijadores                  | 216.00           |                    | 216.00          |
| Detergente Líquido         | 600.00           |                    | 600.00          |
| Bolsas Plásticas           |                  | 40.00              | 40.00           |
| Ganchos colgar             |                  | 60.00              | 60.00           |
| Guantes                    |                  | 50.00              | 50.00           |
| Respiradores               |                  | 40.00              | 40.00           |
| Sueldo de los Trabajadores | 2,095.00         |                    | 2,095.00        |
| Mano de Obra Indirecta     |                  | 1,800.00           | 1,800.00        |
| Beneficios Sociales (MOI)  |                  | 96.00              | 96.00           |
| Beneficios Sociales (MOD)  |                  | 111.50             | 111.50          |
| Reparaciones               |                  | 80.00              | 80.00           |
| Servicio Agua              | 92.00            | 184.00             | 276.00          |
| Servicio Luz               |                  | 160.00             | 160.00          |
| Servicio de Teléfono       |                  | 90.00              | 90.00           |
| Depreciación               |                  | 486.04             | 486.04          |
| Alquileres                 |                  | 500.00             | 500.00          |
| <b>TOTAL</b>               | <b>3,993.65</b>  | <b>3,697.54</b>    | <b>7,691.19</b> |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 37: Ingresos por servicios del mes de Enero**

| DETALLE        | UNIDAD MEDIDA | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL     | VALOR VENTA     |
|----------------|---------------|----------|-----------------|------------------|-----------------|
| Sacos de Terno | Prenda        | 200      | 13.00           | 2,600.00         | 2,203.39        |
| Pantalones     | Prenda        | 240      | 8.00            | 1,920.00         | 1,627.12        |
| Abrigos        | Prenda        | 150      | 20.00           | 3,000.00         | 2,542.37        |
| Ropa Blanca    | Kilogramo     | 500      | 6.00            | 3,000.00         | 2,542.37        |
| Ropa Color     | Kilogramo     | 700      | 6.00            | 4,200.00         | 3,559.32        |
| <b>TOTAL</b>   |               |          |                 | <b>14,720.00</b> | <b>12474.58</b> |

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 38: Estado de Resultados Mensual del 01 de Enero al 31 de Enero**

|   |          |                  |
|---|----------|------------------|
| <b>VENTAS</b>                                 |          | <b>12,474.58</b> |
| Sacos de Terno                                | 2,203.39 |                  |
| Pantalones                                    | 1,627.12 |                  |
| Abrigos                                       | 2,542.37 |                  |
| Ropa Blanca                                   | 2,542.37 |                  |
| Ropa Color                                    | 3,559.32 |                  |
| <b>COSTO DEL SERVICIO</b>                     |          | <b>7,691.19</b>  |
| Insumos                                       | 1,898.65 |                  |
| Mano de Obra Directa                          | 2,095.00 |                  |
| Costos Indirectos De Fabricación              | 3,697.54 |                  |
| <b>UTILIDAD BRUTA</b>                         |          | <b>4,783.38</b>  |
| <b>Gastos Administrativos</b>                 |          | <b>1,727.50</b>  |
| <b>Gastos de Venta</b>                        |          | <b>50.00</b>     |
| <b>UTILIDAD OPERATIVA</b>                     |          | <b>3,005.88</b>  |
| <b>IMPUESTO A LA RENTA (REGIMEN ESPECIAL)</b> |          | <b>187.12</b>    |
| <b>UTILIDAD BRUTA</b>                         |          | <b>2,818.77</b>  |

14. Se calcula el punto de equilibrio para la Empresa Polo Sur Cusco E.I.R.L., para ello tomaremos en cuenta los costos fijos y variables, las cantidades de ropa lavada y las ventas mes de enero

**Tabla 39: Costos Variables y Costos Fijos**

| DETALLE                    | COSTOS VARIABLE | COSTOS FIJOS    | COSTO TOTAL     |
|----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Percloritileno             | 420.00          |                 | 420.00          |
| Alcohol 96°                | 87.50           |                 | 87.50           |
| Ácido Acético              | 103.75          |                 | 103.75          |
| Suavizante catiónico       | 60.00           |                 | 60.00           |
| Suavizante no iónico       | 88.40           |                 | 88.40           |
| Agua Oxigenada             | 55.00           |                 | 55.00           |
| Desmanchadores             | 176.00          |                 | 176.00          |
| Fijadores                  | 216.00          |                 | 216.00          |
| Detergente Liquido         | 600.00          |                 | 600.00          |
| Bolsas Plásticas           | 40.00           |                 | 40.00           |
| Ganchos colgar             | 60.00           |                 | 60.00           |
| Guantes                    | 50.00           |                 | 50.00           |
| Respiradores               | 40.00           |                 | 40.00           |
| Sueldo de los Trabajadores |                 | 2,095.00        | 2,095.00        |
| Mano de Obra Indirecta     |                 | 1,800.00        | 1,800.00        |
| Beneficios Sociales (MOI)  |                 | 96.00           | 96.00           |
| Beneficios Sociales (MOD)  |                 | 111.50          | 111.50          |
| Reparaciones               | 80.00           |                 | 80.00           |
| Servicio Agua              | 92.00           | 184.00          | 92.00           |
| Servicio Luz               | 160.00          |                 | 160.00          |
| Servicio de Teléfono       |                 | 90.00           | 90.00           |
| Depreciación               |                 | 486.04          | 486.04          |
| Alquileres                 |                 | 500.00          | 500.00          |
| Gastos Administrativos     |                 | 1,727.50        | 1,727.50        |
| Gastos de Venta            |                 | 50.00           | 50.00           |
| <b>TOTAL</b>               | <b>2,328.65</b> | <b>7,140.04</b> | <b>9,284.69</b> |

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 40: Resumen de Costos Variables por Órdenes de Servicio**

| DETALLE                        | HC1           | HC2           | HC3           | HC4           | HC5           | TOTAL          |
|--------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Percloritileno                 | 176.40        | 96.60         | 147.00        | 0.00          | 0.00          | <b>420.00</b>  |
| Alcohol 96°                    | 36.75         | 20.13         | 30.63         | 0.00          | 0.00          | <b>87.50</b>   |
| Ácido Acético                  | 43.58         | 23.86         | 36.31         | 0.00          | 0.00          | <b>103.75</b>  |
| Suavizante catiónico           | 25.20         | 13.80         | 21.00         | 0.00          | 0.00          | <b>60.00</b>   |
| Suavizante no iónico           | 37.13         | 20.33         | 30.94         | 0.00          | 0.00          | <b>88.40</b>   |
| Agua Oxigenada                 | 23.10         | 12.65         | 19.25         | 0.00          | 0.00          | <b>55.00</b>   |
| Desmanchadores                 | 0.00          | 0.00          | 0.00          | 176.00        | 0.00          | <b>176.00</b>  |
| Fijadores                      | 0.00          | 0.00          | 0.00          | 0.00          | 216.00        | <b>216.00</b>  |
| Detergente Liquido             | 0.00          | 0.00          | 0.00          | 210.00        | 390.00        | <b>600.00</b>  |
| Bolsas Plásticas               | 7.21          | 3.95          | 6.01          | 8.93          | 13.90         | <b>40.00</b>   |
| Ganchos colgar                 | 10.81         | 5.92          | 9.01          | 13.40         | 20.86         | <b>60.00</b>   |
| Guantes                        | 9.01          | 4.93          | 7.51          | 11.17         | 17.38         | <b>50.00</b>   |
| Respiradores                   | 7.21          | 3.95          | 6.01          | 8.93          | 13.90         | <b>40.00</b>   |
| Reparaciones                   | 14.4167       | 7.8949        | 12.0139       | 17.8653       | 27.8092       | <b>80.00</b>   |
| Servicio Agua                  |               |               |               | 38.00         | 54.00         | <b>92.00</b>   |
| Servicio Luz                   | 28.8334       | 15.7897       | 24.0278       | 35.7307       | 55.6185       | <b>160.00</b>  |
| <b>Total Costo Variable</b>    | <b>419.64</b> | <b>229.80</b> | <b>349.70</b> | <b>520.03</b> | <b>809.47</b> | <b>2328.65</b> |
| <b>Cantidad</b>                | <b>200</b>    | <b>240</b>    | <b>150</b>    | <b>500</b>    | <b>700</b>    |                |
| <b>Costo Variable Unitario</b> | 2.0982        | 0.9575        | 2.3313        | 1.0400        | 1.1563        |                |

Fuente: Elaboración Propia

**TABLA 41: Porcentaje de Participación de cada servicio según las ventas del mes**

| DETALLE         | SACO DE TERNO | PANTALONES | ABRIGOS  | ROPA BLANCA | ROPA COLOR | TOTAL     |
|-----------------|---------------|------------|----------|-------------|------------|-----------|
| Ventas          | 2,203.39      | 1,627.12   | 2,542.37 | 2,542.37    | 3,559.32   | 12,474.58 |
| % Participación | 17.66%        | 13.04%     | 20.38%   | 20.38%      | 28.53%     | 100.00%   |

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 42: Valor de Venta Unitario**

| DETALLE           | INGRESOS<br>MES DE<br>ENERO | CANTIDAD | VALOR<br>VENTA<br>UNITARIO |
|-------------------|-----------------------------|----------|----------------------------|
| SACOS DE<br>TERNO | 2,203.39                    | 200      | 11.0169                    |
| PANTALONES        | 1,627.12                    | 240      | 6.7797                     |
| ABRIGOS           | 2,542.37                    | 150      | 16.9492                    |
| ROPA BLANCA       | 2,542.37                    | 500      | 5.0847                     |
| ROPA COLOR        | 3,559.32                    | 700      | 5.0847                     |
| <b>TOTAL</b>      | <b>12,474.58</b>            |          |                            |

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 43: Margen de Contribución por Servicio**

|            | Sacos de<br>Terno | Pantalones | Abrigos | Ropa<br>Blanca | Ropa Color |
|------------|-------------------|------------|---------|----------------|------------|
| <b>PVU</b> | 11.0169           | 6.7797     | 16.9492 | 5.0847         | 5.0847     |
| <b>CVU</b> | 2.0982            | 0.9575     | 2.3313  | 1.0401         | 1.1564     |
| <b>MC</b>  | 8.9187            | 5.8221     | 14.6178 | 4.0447         | 3.9284     |

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 44: Margen de Contribución Ponderado**

| DETALLE   | MARGEN DE<br>CONTRIBUCIÓN<br>(MC) | %<br>PRECIO<br>UNITARIO | MC X<br>%PVU  |
|---|-----------------------------------|-------------------------|---------------|
| SACOS DE TERNO                                    | 8.9187                            | <b>17.66%</b>           | 1.5753        |
| PANTALONES  | 5.8221                            | <b>13.04%</b>           | 0.7594        |
| ABRIGOS   | 14.6178                           | <b>20.38%</b>           | 2.9792        |
| ROPA BLANCA                                       | 4.0447                            | <b>20.38%</b>           | 0.8243        |
| ROPA COLOR  | 3.9284                            | <b>28.53%</b>           | 1.1209        |
| <b>TOTAL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN<br/>PONDERADO</b> |                                   |                         | <b>7.2591</b> |

Fuente: Elaboración Propia

15.- Se calcula el Punto de Equilibrio con la siguiente formula:

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{CF}}{\text{MCP}}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{7,140.04}{7.2591}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = 983.60 \text{ Unidades}$$

**Tabla 45: Redistribución de la Cantidad para el Punto de Equilibrio por cada Servicio**

| DETALLE        | % Participación | PE Cantidad   |
|----------------|-----------------|---------------|
| SACOS DE TERNO | 17.66%          | 173.73        |
| PANTALONES     | 13.04%          | 128.30        |
| ABRIGOS        | 20.38%          | 200.46        |
| ROPA BLANCA    | 20.38%          | 200.46        |
| ROPA COLOR     | 28.53%          | 280.65        |
|                |                 | <b>983.60</b> |

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 46: Valor de Venta Total**

| DETALLE        | Valor de Venta Unitario | Cantidad Punto Equilibrio | VENTAS (VVU*PE) |
|----------------|-------------------------|---------------------------|-----------------|
| SACOS DE TERNO | 11.0169                 | 173.73                    | 1,914.02        |
| PANTALONES     | 6.7797                  | 128.30                    | 869.80          |
| ABRIGOS        | 16.9492                 | 200.46                    | 3,397.66        |
| ROPA BLANCA    | 5.0847                  | 200.46                    | 1,019.30        |
| ROPA COLOR     | 5.0847                  | 280.65                    | 1,427.02        |
| <b>TOTAL</b>   |                         |                           | <b>8,627.79</b> |

Fuente: Elaboración Propia



**Tabla 47: Costo Variable Total**

| DETALLE        | Costo Variable Unitario | Cantidad Punto Equilibrio | Costo Variable Total (CVU*QPE) |
|----------------|-------------------------|---------------------------|--------------------------------|
| SACOS DE TERNO | 2.0982                  | 173.73                    | 364.53                         |
| PANTALONES     | 0.9575                  | 128.30                    | 122.85                         |
| ABRIGOS        | 2.3313                  | 200.46                    | 467.35                         |
| ROPA BLANCA    | 1.0401                  | 200.46                    | 208.49                         |
| ROPA COLOR     | 1.1564                  | 280.65                    | 324.54                         |
| <b>TOTAL</b>   |                         |                           | <b>1,487.75</b>                |

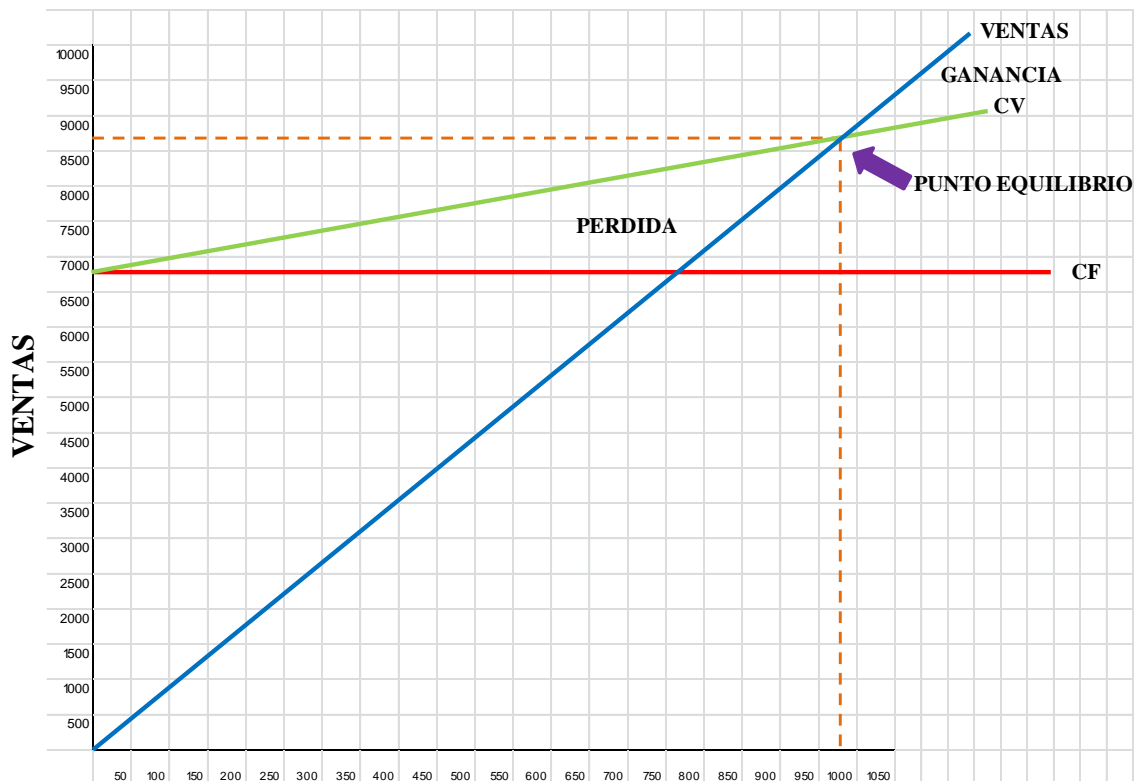
Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 48: Comprobación del Punto de Equilibrio**

| DETALLE              | FUENTE   | MONTO    |
|----------------------|----------|----------|
| VENTAS TOTAL         | Tabla 52 | 8,627.79 |
| COSTO VARIABLE TOTAL | Tabla 53 | 1,487.75 |
| COSTO FIJO           | Tabla 45 | 7,140.04 |
| UTILIDAD             |          | 0.00     |

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 01: Punto de Equilibrio**



Fuente: Elaboración Propia

## COMPARACIÓN DEL PRECIO DE SERVICIO

Tabla 49: Precio Ideal

| DETALLE        | UNIDAD MEDIDA | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL     |
|----------------|---------------|----------|-----------------|------------------|
| Sacos de Terno | Prenda        | 200      | 13.00           | 2,600.00         |
| Pantalones     | Prenda        | 240      | 8.00            | 1,920.00         |
| Abrigos        | Prenda        | 150      | 20.00           | 3,000.00         |
| Ropa Blanca    | Kilogramo     | 500      | 6.00            | 3,000.00         |
| Ropa Color     | Kilogramo     | 700      | 6.00            | 4,200.00         |
| <b>TOTAL</b>   |               |          |                 | <b>14,720.00</b> |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 50: Precio Actual

| DETALLE        | UNIDAD MEDIDA | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL     |
|----------------|---------------|----------|-----------------|------------------|
| Sacos de Terno | Prenda        | 200      | 10.00           | 2,000.00         |
| Pantalones     | Prenda        | 240      | 7.00            | 1,680.00         |
| Abrigos        | Prenda        | 150      | 12.00           | 1,800.00         |
| Ropa Blanca    | Kilogramo     | 500      | 4.50            | 2,250.00         |
| Ropa Color     | Kilogramo     | 700      | 4.50            | 3,150.00         |
| <b>TOTAL</b>   |               |          |                 | <b>10,880.00</b> |

Fuente: Elaboración Propia

**Interpretación:** La distorsión en el precio de comercialización es de S/ 3.840.00, lo que significa que la Empresa esta sobredimensionando la utilidad en un 35.29% hecho que perjudica la veracidad de la información para la toma de decisiones.



## CONCLUSIONES

1. La empresa Polo Sur Cusco E.I.R.L. no establecen costos de ningún tipo, método o sistema, es decir no tiene ni idea el 100%, lo que demuestra el nivel de desconocimiento, lo que es materia de costos del servicio de lavandería, como apreciamos en la Tablas 1 y 2. Por otro lado la comercialización se realiza a través de los conocidos del titular, del personal y los vecinos de la zona, utilizando ofertas inapropiadas como lavar tres unidades y pagar dos o un terno gratis por cada cuatro como establecen en la tabla 19 y 20.
2. De acuerdo a la encuesta aplicada a los trabajadores de la Empresa Polo Sur Cusco, se tiene como resultado que la empresa calcula sus costos de forma empírica, es decir de manera muy superficial, no tomando en cuenta todos los costos que han intervenido en el proceso de servicio de lavandería al seco y al vapor, tal como se muestra en las tablas 1, 2 y 3 donde afirman no contar con un sistema para el cálculo de sus costos, además consideran de mucha importancia el cálculo de los costos directos e indirectos. Determinándose los costos directos en S/. 3,993.65 los costos indirectos por S/. 3,697.54 tal como se muestra en la tabla 36.
3. La empresa Polo Sur Cusco, en cuanto a la comercialización, calcula sus precios de acuerdo a la competencia, así lo afirman un 67% de los trabajadores según la tabla 10, no tomando en consideración el costo del servicio, además la publicidad que actualmente aplica se tiene a los medios radiales, y desde la percepción de los clientes el 65% afirman que el servicio que brinda la empresa Polo Sur Cusco es de calidad, por lo tanto hay ciertos aspectos que mejorar.
4. La distorsión en el precio de comercialización es de S/ 3,840.00, lo que significa que la Empresa esta sobredimensionando la utilidad en un 35.29% hecho que perjudica la veracidad de la información para la toma de decisiones, como podemos observar en las tablas 49 y 50.



### RECOMENDACIONES

1. La Empresa Polo Sur Cusco EIRL, considerando la importancia del establecimiento de costos en los servicios de lavandería al seco y al vapor, para la toma de decisiones por parte de la gerencia es que de manera prioritaria, debe aplicar las ordenes de servicios planteada como resultado del presente trabajo de investigación, utilizando las tablas que aporta de manera técnica de costos en el término de la distancia. La comercialización debe generar una cadena de distribución con una agresiva fidelización a los clientes y si fuera posible convertir al cliente en cautivo.
2. Se recomienda en un corto plazo se deseche la forma de cálculo empírico, para establecer los costos de servicio de lavandería al seco y al vapor utilizando las órdenes de servicio planteadas como resultado del presente trabajo de investigación.
3. La comercialización que se debe utilizar que si bien es cierto se debe mantener el parentesco, la amistad, los vecinos, sin embargo es necesario utilizar técnicas de comercialización como el benchmarking, el volanteo, los jaladores, propaganda televisiva y lo más elemental en este mundo moderno las redes sociales. Finalmente es necesario que el titular cree promociones sensatas, adecuadas que no perjudiquen los beneficios de la empresa.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

(s.f.). Obtenido de Sistema de Costos:

<http://cursos.aiu.edu/Contabilidad%20de%20Costos%20Historicos/PDF/Tema%202.pdf>

*Análisis del costo de servicio al cliente.* (julio de 2013). Recuperado el 2017, de Revista Enfasis Logística: <http://www.logisticamx.enfasis.com/articulos/67229-analisis-del-costo-servicio-al-cliente-estrategia-competitiva->

Andrade, E. S. (2009). *Costos y Presupuestos*. Lima: Editorial y Librería Andrade.

Apaza Meza, M. (2008). *Costos ABC, ABM Y ABB*. Lima-Perú: Real Time E.I.R.L.

Casia Cárcamo, E. A. (Noviembre de 2008). Obtenido de [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08\\_1862\\_IN.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_1862_IN.pdf)

Chacon Leon, F., & Palacios Arias, F. (2012). *Propuesta de un sistema de contabilidad de costos y control basado en las actividades que desarrolla la Empresa de servicios Lavandería "Taqsay Laundry" del Cusco*. Cusco.

*Comercialización.* (s.f.). Obtenido de Scribd: <https://es.scribd.com/document/329639849/Comercializacion-Citas-Segun-Autores>

*Comercialización: Definición y Conceptos.* (2012). Obtenido de Empresa & Actualidad: <http://empresactualidad.blogspot.pe/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>

*Comercialización: Marketing Estratégico y Operativo.* (2012). Obtenido de Rincon del Vago: [http://html.rincondelvago.com/comercializacion\\_marketing-estrategico-y-operativo.html](http://html.rincondelvago.com/comercializacion_marketing-estrategico-y-operativo.html)

Constitución Política del Perú. (s.f.). *TÍTULO III; Régimen Económico*. Lima, Perú.

*Costos de Producción.* (s.f.). Obtenido de [http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/elena/repaso\\_de\\_conceptos.pdf](http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/elena/repaso_de_conceptos.pdf)

Decreto Legislativo N° 1086. (28 de Junio de 2008). *Ley de Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente*.

DECRETO LEY N°21621. (s.f.). *Ley De La Empresa Individual De Responsabilidad Limitada*. LIMA, LIMA, LIMA.

Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE. (2013). *Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y Crecimiento Empresarial*.

*Definición de Comercialización.* (Setiembre de 2011). Obtenido de Venemedia: <http://conceptodefinicion.de/comercializacion/>

*Definición de Comercialización.* (2013). Obtenido de Definición.de: <https://definicion.de/comercializacion/>



- Definición de Empresas de Servicios.* (2012). Obtenido de ConceptoDefinicion.de:  
<http://conceptoDefinicion.de/empresa-de-servicios/>
- El dilema de los Costos en las Empresas de Servicio de Lavandería.* (Agosto de 2012). Obtenido de Quipukamayoc:  
<http://sisbib.unmsm.edu.pe/BibVirtual/Publicaciones/quipukamayoc/2012/V20n35-I/pdf/a02v35n1.pdf>
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia Cuarta Edición*. México: McGraw-Hill Interamericana de España S.L.
- Fisher de la Vega, L. E., & Espejo Callado, J. (s.f.). *Mercadotecnia cuarta Edición*. Mexico: Interamericana Editores S.A.
- Flores, S. J. (2010). *Costos y Presupuestos Concordado con el PCGE y NIIF*. Lima: Grafica Santo Domingo.
- Giraldo, J. D. (2007). *Contabilidad de Costos Tomo I*. Lima: Ventura EditoresS - Impresores SAC.
- Hoffman, K., & Bateson, J. (2012). *Marketing de Servicios IV Edición*. Mexico: Cengage Learning Editores S.A.
- Huanca Canales, S. K. (2014). Recuperado el Setiembre de 2017, de  
[http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1050/1/huanca\\_sk.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1050/1/huanca_sk.pdf)
- IMESUN. (2016). *Mejore su Negocio I Edición*. Ginebra: Mc. Graw Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing 8va Edición*. Mexico: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Laner Keller, K. (2002). *Dirección de Marketing*. Mexico.
- Laboral, B. I. (Enero de 2019). *Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa*. Obtenido de [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289278/Art%C3%ADculo\\_REMYPE\\_-\\_Enero\\_2019.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289278/Art%C3%ADculo_REMYPE_-_Enero_2019.pdf)
- Lavandería y Servicios la Espumosa.* (2015). Obtenido de SlideShare:  
<https://es.slideshare.net/loretoelizabeth1/lavanderia-y-servicios-la-espumosa>
- LEY 29571. (01 de SETIEMBRE de 2010). *Código De Protección Y Defensa Del Consumidor*. LIMA, LIMA, LIMA.
- Ley Nº 28015 . (03 de julio de 2003). *Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa*.
- Llumiquinga Cisneros, V. E. (Abril de 2012). Obtenido de  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/799/1/T-UCE-0003-96.pdf>
- Moreno Tovar, L. F., & Morales Hoyos, C. (2013). *Gestión Lavandería*. Obtenido de Scribd:  
<https://es.scribd.com/document/320554404/Gestion-Lavanderia-proyecto>



Ortega, P. J. (2010). *Contabilidad de Costos*. Obtenido de  
<file:///C:/Users/Administrador/Downloads/178805121-Libro-Contabilidad-de-Costos-Ortega.pdf>

*Promonegocios.net*. (s.f.). Obtenido de Definición de Precio:  
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html>

Rojas Medina, R. (2014). Obtenido de  
<http://www.bdigital.unal.edu.co/12101/1/ricardorojasmedina.2014.pdf>

Sangri, C. A. (2014). *Introduccion a la Mercadotecnia Primera Edición*. México: Grupo Editorial Patria.

*Tintorerías.com*. (s.f.). Obtenido de Guías Tintoreía: <http://guia.tintorerias.com/la-tintoreria.html>

Vidal Pérez, C. D. (2004). Obtenido de  
[http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Ingenie/vidal\\_pc/vidal\\_pc.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Ingenie/vidal_pc/vidal_pc.pdf)

Wikipedia. (22 de Setiembre de 2018). *Lavandería*. Obtenido de Wikipedia:  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Lavander%C3%ADa>



# ANEXOS





- **Matriz de consistencia:** COSTOS DE SERVICIO DE LAVANDERIA AL SECO Y AL VAPOR, EN LA EMPRESA POLO SUR Cusco E.I.R.L. Y LA COMERCIALIZACIÓN EN EL DISTRITO DE CUSCO PERIODO 2018.

| I. PROBLEMA   | II. OBJETIVOS   | III. HIPÓTESIS  | IV.VARIABLES   | V. INDICADORES  | VI. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS   | VII. EL UNIVERSO DE LA INVESTIGACIÓN.   |
|---|---|---|--|---|---|---|
| <b>Problema General</b>   | <b>Objetivo General</b>   | <b>Hipótesis General</b>  | <b>Variable Uno</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Insumos</li> <li>• Mano de Obra Directa</li> <li>• Agua</li> <li>• Mano de Obra Indirecta</li> <li>• Materiales Indirectos</li> <li>• Agua</li> <li>• Luz</li> <li>• Teléfono</li> <li>• Depreciación</li> </ul> | Para obtención de datos, los indicadores de cada una de las variables se utilizará:<br><br><b>TÉCNICAS:</b><br>a. Entrevistas<br>b. Cuestionario<br>c. Revistas<br>d. Recopilación de Datos | El universo de la investigación comprende a los datos de las variables y las Hipótesis específicas debidamente identificadas, que deben contrastarse.<br><br><b>Población de Informantes y Muestra</b><br><br><b>a. Población</b><br>La población va estar conformada por la parte administrativa de la empresa que son: el titular, 01 Contador y 01 supervisor de la Empresa Lavandería Polo Sur Cusco EIRL.<br><br><b>b. Muestra</b><br>Teniendo en cuenta que la población por parte de la empresa es reducida se considera al 100% de la población como parte de la muestra, es el Titular, Contador (1) y Supervisor (1,) total 3 |
| <b>Problemas Específicos</b>  | <b>Objetivos Específicos</b>  | <b>Hipótesis Específicas</b>  | <b>Variable Dos</b>  |   |   |   |
| a. ¿De qué manera establecen los costos directos e indirectos de lavandería al seco y al vapor en la empresa Polo Sur Cusco EIRL-.Cusco periodo 2018?<br>b. ¿Cómo comercializan el servicio de lavandería al seco y al vapor en la empresa Polo Sur Cusco EIRL-.Cusco periodo 2018? | a) Establecer los costos directos e indirectos de la lavandería al seco y al vapor en la Empresa Polo Sur Cusco EIRL-.Cusco periodo 2018.<br>b) Identificar la forma de comercialización del servicio de lavandería al seco y al vapor en la empresa Polo Sur Cusco EIRL-.Cusco periodo 2018. | a) Los costos de servicios directos e indirectos de lavandería al seco y al vapor en la empresa Polo Sur Cusco EIRL, se establecen de manera empírica por lo que amerita la elaboración de una estructura de costos adecuada y oportuna.<br>b) La comercialización del servicio de lavandería al seco y al vapor en la empresa Polo Sur Cusco EIRL, no refleja el margen de utilidad, porque sus costos no son establecidos correctamente, lo que en consecuencia no refleja la realidad del negocio. | <b>Comercialización</b><br><b>Dimensiones</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio</li> <li>• Precio</li> <li>• Promoción</li> <li>• Plaza</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad del servicio</li> <li>• Costo del Servicio</li> <li>• Forma de Pago</li> <li>• Margen de utilidad</li> <li>• Publicidad</li> <li>• Ofertas</li> <li>• Canales de distribución</li> </ul>                 |   |   |