



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

Determinación de Costos Operativos y la Fijación de Precio de Venta en empresas distribuidores de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo – 2020

Línea de investigación: Contabilidad en lo Empresarial

Presentado por:

Bach. Carlos Adán Zavalaga Zarate

Orcid: 0009-0000-6685-6010

Para optar al Título Profesional de Contador Público

Asesor:

Dr. Gyno Alberto Cruz Velásquez

Cusco - Perú

2022



Metadatos

Datos del autor	
Nombres y apellidos	Carlos Adán Zavalaga Zarate
Número de documento de identidad	70760740
URL de Orcid	https://orcid.org/0009-0000-6685-6010
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Gyno Alberto Cruz Velásquez
Número de documento de identidad	74619631
URL de Orcid	https://orcid.org/0000-0002-0401-160X
Datos del jurado	
Presidente del jurado (jurado 1)	
Nombres y apellidos	Dr. Juan C. Curiza Carrasco
Número de documento de identidad	43252219
Jurado 2	
Nombres y apellidos	Mg. Patricia Paredes Valverde
Número de documento de identidad	23950801
Jurado 3	
Nombres y apellidos	Mg. Clotilde Alvarez Marquina
Número de documento de identidad	23844355
Jurado 4	
Nombres y apellidos	Mg. Gabriel Mozo Ayma
Número de documento de identidad	23806625
Datos de la investigación	
Línea de investigación de la Escuela Profesional	Contabilidad en lo Empresarial



Informe de revisión de similitud con turnitin

Determinación de Costos Operativos y la Fijación de Precio de Venta en empresas distribuidores de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020

por CARLOS ADÁN ZAVALAGA ZARATE

Fecha de entrega: 30-oct-2023 11:58p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2191794988

Nombre del archivo: a_de_la_provincia_de_Tahuamanu_Madre_de_Dios_Periodo,_20_2.docx (14.99M)

Total de palabras: 794

Total de caracteres: 3762



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

**Determinación de Costos Operativos y la Fijación de Precio de Venta en
empresas distribuidores de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez
Justina” de la provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020**

Presentado por:

Bach. Carlos Adán Zavalaga Zarate

4

Para optar al Título Profesional de Contador Publico

Asesor:

Dr. Gyno Alberto Cruz Velásquez

Línea de Investigación:

Contabilidad en lo Empresarial

Madre de Dios - Perú

2022



Determinación de Costos Operativos y la fijación de Precio de Venta en empresas distribuidores de combustible caso "Grifo Rojas Álvarez Justina" de la provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo, 20

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	issuu.com Fuente de Internet	1%
2	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	1%
3	repositorio.unsaac.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.unamad.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	core.ac.uk Fuente de Internet	1%
7	www.eoi.es Fuente de Internet	1%
8	repositorio.uasb.edu.ec Fuente de Internet	1%



Agradecimientos

Agradezco profundamente a la Universidad Andina del Cusco, en particular a la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, por haber sido la institución que forjó las bases de mi desarrollo profesional. Mi gratitud se extiende de manera especial a los distinguidos Docentes de la Escuela Profesional de Contabilidad, cuya dedicación y conocimientos han sido fundamentales en mi formación.

Expreso mi más sincero reconocimiento al Dr. Gyno Alberto Cruz Velásquez, mi asesor, cuya orientación experta, constante apoyo y valiosas contribuciones han sido cruciales para la culminación de esta Tesis. Asimismo, deseo agradecer en gran medida a mis Dictaminantes de Tesis, el Dr. Juan C. Curiza Carrasco y la Mg. Patricia Paredes Valverde, por su inestimable respaldo, valiosas apreciaciones y orientación a lo largo de este proceso.

El autor



Dedicatoria

A mis padres y hermanas, les agradezco profundamente por su constante apoyo y confianza inquebrantable en cada paso necesario para alcanzar mi objetivo.

A mi padre, agradezco su inigualable apoyo, tanto en recursos materiales como en su presencia constante, brindándome sabios consejos y orientación incondicional a lo largo de este camino.

A mi madre, mi gratitud eterna por su inmensa contribución en mi formación como ser humano, a través de sus consejos sabios, enseñanzas invaluablees y amor incondicional.

A mis hermanas, agradezco su presencia constante, su guía, y el invaluable apoyo y asesoramiento brindado en cada etapa de este camino académico.

El autor



Índice

Agradecimientos	i
Dedicatoria	v
Nombres y apellidos del jurado de la tesis y del asesor	¡Error! Marcador no definido.
Índice	vi
Índice de Tablas	ix
Índice de gráficos	xi
Resumen	xii
Capítulo I: introducción	1
1.1 Planteamiento del Problema	1
1.2. Formulación de Problemas	2
1.2.1. Problema General	2
1.2.2. Problemas Específicos	2
1.3. Justificación de la investigación	2
1.3.1. Conveniencia	2
1.3.2. Relevancia social	3
1.3.3. Implicancias prácticas	3
1.3.4. Valor teórico	3
1.3.5. Utilidad metodológica	4
1.4. Objetivos de investigación	4
1.4.1. Objetivo General	4
1.4.2. Objetivos Específicos	4
1.5. Delimitación del estudio	4
1.5.1. Delimitación espacial	4
1.5.2. Delimitación temporal	5
1.6. Línea de investigación	5
Capitulo II: Marco Teórico	6
2.1 Antecedentes de la investigación	6
2.1.1 Antecedentes internacionales	6
2.1.2 Antecedentes nacionales	8
2.1.3 Antecedentes locales	10
2.2 Bases legales	13
2.3 Bases Teóricas	13



2.3.1 Costos	13
2.3.2 Sistemas de costos	16
2.3.3 Elementos de costos	19
2.3.4 Clasificación de costos	20
2.3.5 Costos Operativos	22
2.3.6 Fijación del precio	24
2.3.7 Métodos para la fijación de precio	25
2.3.8 Reseña de “Grifo Rojas Álvarez Justina”	33
2.4 Marco conceptual	35
2.5 Hipótesis	36
2.5.1 Hipótesis general	37
2.5.2 Hipótesis específicas	37
2.6 Variables	37
2.6.1 Identificación de variables	37
2.6.2 Operacionalización de variables	38
Capítulo III: Método de Investigación	39
3.1 Enfoque de investigación	39
3.2 Alcance del estudio	39
3.3 Diseño de investigación	39
3.4 Población y muestra	39
3.4.1 Población	39
3.4.2 Muestra	40
3.5 Técnica e instrumentos de recolección de datos	40
3.5.1 Técnica	40
3.5.2 Instrumentos	40
3.6 Validez y confiabilidad de instrumentos	40
3.7 Procesamientos de datos	40
Capítulo IV: Resultados de la investigación	41
4.1 Resultados de los objetivos específicos	41
4.1.1 Resultados del objetivo específico a)	41
4.1.2 Resultados del objetivo específico b)	57
4.2 Resultados respecto al objetivo general	70
4.2.1 Prueba de normalidad de los Costos Operativos	70
4.2.2 Prueba de normalidad del Precio de Venta	71



Capítulo V: Discusión	73
5.1 Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos.	77
5.1.1 Hallazgos respecto a los objetivos específicos	77
5.1.2 Hallazgos respecto al objetivo general	79
5.2 Limitaciones del estudio	80
5.3 Comparación crítica con la literatura existente	81
5.4 Implicancias del estudio	82
Conclusiones	83
Recomendaciones	85
Bibliografía	86
Apéndices	89



Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Considera los gastos por sueldo del contador.</i>	41
Tabla 2 <i>Considera los gastos por sueldo del administrador.</i>	42
Tabla 3 <i>Considera los gastos por sueldo del asistente administrativo.</i>	43
Tabla 4 <i>Considera los gastos por sueldo del auxiliar administrativo.</i>	44
Tabla 5 <i>Considera los gastos por sueldo del asistente contable.</i>	45
Tabla 6 <i>Considera los gastos por sueldo del auxiliar contable.</i>	46
Tabla 7 <i>Considera los gastos por pago del alquiler.</i>	47
Tabla 8 <i>Considera los gastos por Software Contable.</i>	48
Tabla 9 <i>Considera los gastos por pago de los griferos.</i>	49
Tabla 10 <i>Considera los gastos por pago del almacenero.</i>	50
Tabla 11 <i>Considera los gastos por sueldo de la secretaria.</i>	51
Tabla 12 <i>Satisfacción en la modalidad de adquisición de combustible.</i>	52
Tabla 13 <i>Satisfacción de necesidades primarias y secundarias.</i>	53
Tabla 14 <i>Satisfacción de cliente por el precio de mercado del combustible.</i>	54
Tabla 15 <i>En venta de combustible disminuye el precio cuando existe mayor demanda.</i> ...	55
Tabla 16 <i>En venta de combustible incrementa el precio cuando existe mayor demanda.</i> ..	56
Tabla 17 <i>Considera el pago a cuenta del impuesto a la renta mensual.</i>	57
Tabla 18 <i>Considera el pago a cuenta del impuesto a la renta mensual.</i>	58
Tabla 19 <i>Considera el Fondo de Inclusión Social Energético.</i>	59
Tabla 20 <i>Considera el Transporte o flete.</i>	60
Tabla 21 <i>Considera el Tipo de cambio.</i>	61
Tabla 22 <i>Para la venta de combustible usted fija sus precios de acuerdo al mercado.</i>	62
Tabla 23 <i>Para la venta de combustible usted fija sus precios con el gerente.</i>	63
Tabla 24 <i>Para la venta de combustible usted fija sus precios con el contador.</i>	64



Tabla 25 <i>Para la venta de combustible usted fija sus precios con el administrador.</i>	65
Tabla 26 <i>Para la venta de combustible usted fija sus precios con la secretaria.</i>	66
Tabla 27 <i>Para venta de combustible fija precios deduciendo Costos Fijos y Variables.</i> ...	67
Tabla 28 <i>Para la venta de combustible sube el precio cuándo existe mayor Oferta.</i>	68
Tabla 29 <i>Para la venta de combustible baja el precio cuándo existe mayor Oferta.</i>	69
Tabla 30 <i>Pruebas de normalidad de la variable Costos Operativos.</i>	70
Tabla 31 <i>Pruebas de normalidad de la variable Precio de venta.</i>	71
Tabla 32 <i>Prueba de hipótesis de la correlación de los Costos Fijos y la Demanda.</i>	77
Tabla 33 <i>Prueba de hipótesis de la correlación de los Costos Variables y la Oferta.</i>	78
Tabla 34 <i>Pruebas de normalidad de las variables Costos Operativos y Precio de venta.</i> .	80



Índice de gráficos

<i>Grafico 1</i> Estructura orgánica del “Grifo Tres Fronteras”	34
-----------------------------------------------------------------------	----



Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal establecer la relación entre la determinación de los costos operativos y la fijación de precios de venta en empresas distribuidoras de combustible, tomando como caso de estudio el "Grifo Rojas Álvarez Justina" en la Provincia de Tahuamanu, Madre de Dios durante el período 2020. Esta investigación se enmarca en un enfoque cuantitativo, con un alcance correlacional y un diseño no experimental. La muestra incluyó la participación de cinco directivos involucrados en las actividades de la empresa. Para recopilar datos, se empleó la técnica de encuestas a través de cuestionarios. Los resultados y conclusiones obtenidos de esta investigación revelan que, en relación a la asociación entre los costos fijos y la demanda, no se encontró una relación lineal significativa en las empresas distribuidoras de combustible, específicamente en el caso del "Grifo Rojas Álvarez Justina" en la Provincia de Tahuamanu, Madre de Dios durante el período 2020. El análisis del coeficiente de correlación de Rho de Spearman indica una correlación directa de bajo nivel y significativa entre las puntuaciones de costos fijos y las puntuaciones de la demanda ($\rho = 0.247$, $p\text{-valor} = 0.375$). El estudio refleja que no existe una relación lineal evidente entre los costos fijos y la demanda en este contexto específico de distribución de combustible, como se evidencia por los resultados del análisis estadístico aplicado. Este análisis ayuda a comprender la dinámica entre los costos y la demanda en este sector específico, ofreciendo información valiosa para la toma de decisiones y estrategias en empresas distribuidoras de combustible.

Palabras clave: Costos Operativos, Fijación de Precios



Abstract

The main objective of this research work is to establish the relationship between the determination of operating costs and the setting of sales prices in fuel distribution companies, taking as a case study the "Grifo Rojas Álvarez Justina" in the Province of Tahuamanu, Madre de Dios during the period 2020. This research is framed in a quantitative approach, with a correlational scope and a non-experimental design. The sample included the participation of five managers involved in the company's activities. To collect data, the survey technique was used through questionnaires. The results and conclusions obtained from this research reveal that, in relation to the association between fixed costs and demand, no significant linear relationship was found in the fuel distribution companies, specifically in the case of "Grifo Rojas Álvarez Justina" in the Province of Tahuamanu, Madre de Dios during the period 2020. Spearman's Rho correlation coefficient analysis indicates a low-level and significant direct correlation between fixed cost scores and demand scores ($\rho = 0.247$, p -value = 0.375). The study reflects that there is no obvious linear relationship between fixed costs and demand in this specific context of fuel distribution, as evidenced by the results of the applied statistical analysis. This analysis helps to understand the dynamics between costs and demand in this specific sector, offering valuable information for decision-making and strategies in fuel distribution companies

Keywords: Operating Costs, Pricing



Capítulo I: introducción

1.1 Planteamiento del Problema

En los últimos años, el Departamento de Madre de Dios ha experimentado un aumento significativo en el consumo de combustibles, específicamente GLP, gasolinas de diferentes octanajes (95, 90 y 84) y Diesel. Estos niveles de consumo no se corresponden con las cantidades requeridas para sus actividades productivas formales. Asimismo, se ha observado que un considerable porcentaje, representado por el 85% de Diesel y el 15% de gasolinas vendidas en los establecimientos de venta al público de combustibles, se dirigen en muchos casos hacia la minería informal. Esta situación ha generado una falta de regulación en dicho sector, lo que incide en la variación de la fijación de precios por galón, según el reporte presentado por el Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería (Osinergmin).

El propósito de la presente investigación es analizar cómo los grifos en la Provincia de Tahuamanu del Departamento de Madre de Dios determinan sus costos operacionales en relación con la fijación de precios para el público. Se busca comprender los factores que influyen en la fijación de precios en este sector, donde se aborda el pago del costo variable por la adquisición de combustible de las plantas de Petroperú (Cusco-Mollendo), en el que incide el cálculo del FISE (Fondo de Inclusión Social Energético), y en relación al costo fijo, se considera el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) y el precio del flete basado en la cantidad de galones adquiridos. El objetivo es determinar una fijación de precios para cada producto. Además, se pretende identificar posibles discreciones y errores, y en caso necesario, proponer mejoras para la fijación de precios en este sector. El fin es evaluar las diversas ventajas y desventajas de los mecanismos de estabilización basados en fondos fiduciarios.



En este contexto, muchos propietarios de estos grifos carecen de información real acerca de los datos financieros y costos operativos, lo que los lleva a tomar decisiones de manera empírica y en ocasiones inconsistentes. Esto es especialmente relevante considerando factores como la densidad, temperatura, presión y altura.

El desarrollo de esta investigación tiene como objetivo principal exponer la situación de los costos operativos y la fijación de precios de venta en el "Grifo Rojas Álvarez Justina" en la Provincia de Tahuamanu, Madre de Dios.

1.2. Formulación de Problemas

1.2.1. Problema General

¿Cuál es la relación que existe entre la determinación de los costos operativos y la fijación de precio de venta en las empresas distribuidores de combustible caso "Grifo Rojas Álvarez Justina" de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020?

1.2.2. Problemas Específicos

a. ¿Cuál es la relación que existe entre los costos fijos y la demanda en las empresas distribuidores de Combustible caso "Grifo Rojas Álvarez Justina" de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020?

b. ¿Cuál es la relación que existe entre los costos variables y la oferta en las empresas distribuidores de Combustible caso "Grifo Rojas Álvarez Justina" de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020?

1.3. Justificación de la investigación

1.3.1. Conveniencia

Esta investigación adquiere una relevancia significativa al ofrecer un aporte sustancial para resolver la problemática asociada a la determinación de costos y fijación de precios en el Grifo Rojas Álvarez, situado en el Distrito de Iberia, en la Provincia de Tahuamanu, dentro del Departamento de Madre de Dios.



1.3.2. Relevancia social

La relevancia de este estudio radica en su análisis sobre la metodología empleada por los grifos en la provincia de Tahuamanu, Departamento de Madre de Dios, al establecer sus costos operacionales en concordancia con los precios de venta al público. Además, este análisis proporcionará información fundamental que puede servir como referencia para otras empresas del sector que enfrentan problemáticas similares a las identificadas en la empresa sujeta de estudio.

1.3.3. Implicancias prácticas

Esta investigación aporta significativamente al entendimiento de los costos operativos y a la determinación de precios en las empresas de distribución de combustible en el Distrito de Iberia. Además, será de gran utilidad para los propietarios o representantes de estas empresas al proporcionar un mayor conocimiento sobre los costos operativos asociados a los combustibles y cómo establecer precios de venta. En este sentido, este estudio sirve como una herramienta para mejorar el proceso de fijación de precios en el sector de distribución de combustible.

1.3.4. Valor teórico

La presente investigación se llevó a cabo con el propósito de ampliar el conocimiento existente sobre los Costos Operativos y la Fijación de Precios en la venta de combustible. Los resultados obtenidos de este estudio se consideran como una guía para las empresas distribuidoras de combustible (grifos) en la Provincia de Iberia, sirviendo como una alternativa para controlar las operaciones, lo que potencialmente conllevará a mejoras económicas.

La información recopilada es sin duda un aporte valioso que podría sugerir ideas y recomendaciones para futuras investigaciones en este campo.



1.3.5. Utilidad metodológica

La metodología de esta investigación se encuentra justificada al fundamentarse en conocimientos previamente adquiridos que facilitarán la correlación entre los Costos Operativos y la Fijación de Precio de Venta. Las distintas pautas metodológicas, así como los instrumentos y técnicas empleados, servirán como base de apoyo para establecer un marco secuencial en investigaciones venideras.

1.4. Objetivos de investigación

1.4.1. Objetivo General

Establecer la relación que existe entre la determinación de los costos operativos y la fijación de precio de Venta en las empresas distribuidores de Combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo – 2020

1.4.2. Objetivos Específicos

a. Establecer la relación que existe entre los costos fijos y la demanda en las empresas distribuidores de Combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020.

b. Establecer la relación que existe entre los costos variables y la oferta en las empresas distribuidores de Combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Región de Madre de Dios Periodo - 2020.

1.5. Delimitación del estudio

1.5.1. Delimitación espacial

a investigación tuvo lugar de estudio en el Grifo Rojas Álvarez, ubicado en la Provincia de Tahuamanu, Región de Madre de Dios. Se administraron los instrumentos a los responsables de cada área del grifo, quienes estaban capacitados para responder a las preguntas generadas por el propósito de la investigación.



1.5.2. Delimitación temporal

Durante un periodo de 6 meses, se llevó a cabo el estudio para recopilar información sobre los Costos Operativos y la Fijación de Precio de Venta, incluyendo el análisis de los resultados obtenidos mediante los instrumentos. Este estudio abarca el ejercicio económico del año 2020.

1.6. Línea de investigación

La presente investigación se sitúa en el ámbito de la Contabilidad Empresarial, siendo parte de la línea de investigación de la escuela profesional de Contabilidad de la Universidad Andina del Cusco.



Capítulo II: Marco Teórico

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes internacionales

Antecedente 1. (Reino & Torres, 2018) En su tesis *“Modelo para la fijación de precios en la industria del comercio de Electrodomésticos aplicado a MARCIMEX”* Para optar al grado de magíster en Administración de Empresas en la Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca, Ecuador, se ha llegado a una conclusión fundamental. Se ha observado que el mercado de electrodomésticos en Ecuador es amplio y dinámico, con temporadas fuertes, especialmente en los meses de mayo y diciembre, cuando las ventas se incrementan considerablemente en comparación con el resto del año. Es esencial para cualquier empresa, a nivel global, saber fijar el precio más óptimo en el mercado y en relación con su competencia, lo que le permitirá obtener mejores ventajas. Las empresas modernas ya no se limitan a calcular sus precios únicamente basándose en los costos; ahora emplean otros factores como el marketing. De ahí la relevancia del desarrollo de conceptos y definiciones más precisas para el cálculo óptimo del precio de un producto en el mercado, se ha evidenciado el beneficio de calcular el precio de un producto de manera más técnica y considerando una mayor cantidad de factores. En un mundo globalizado, donde obtener cualquier ventaja frente a la competencia es esencial para las empresas orientadas a obtener beneficios.

Antecedente 2. (Mera, 2013) En su tesis *“Los Costos y su influencia en la fijación de precios de las comidas y bebidas del restaurante de la hostería Bascun en el año 2011”* Para optar al título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador, la investigación se centró en responder al problema planteado: *“¿Es la inexistencia del sistema de costos lo que influye en la fijación de precios de las comidas y bebidas del restaurante de la hostería Bascún en el año 2011?”* Tras cumplir con los objetivos



planteados, llevando a cabo encuestas y registros específicos, se llega a la conclusión de que la Hostería Bascún carece de un sistema de costos específico para el área de restaurante. Esta carencia dificulta establecer precios acordes a los costos incurridos y a la utilidad deseada por los administradores, tanto en comidas como en bebidas ofrecidas en su menú. Para determinar los precios de los productos de su restaurante, se basan en el mercado. Además, se constata que alrededor del 80% de los hoteles que cuentan con restaurantes en la ciudad de Baños de Agua Santa no disponen de un sistema de costos como referencia para establecer precios, y un 43.85% coincide exactamente en los precios. Esto ha generado concepciones erróneas y carentes de fundamentos para una toma adecuada de decisiones. Aunque la hostería dispone de una cantidad considerable de información sobre los costos totales de la materia prima y la mano de obra utilizada durante un periodo para la elaboración de comidas y bebidas, no tienen el detalle de los costos individuales de cada producto ofrecido. Es necesario implementar un sistema de costos con procedimientos precisos para asignar estos costos totales a cada comida y bebida preparada. La determinación de los costos indirectos en este tipo de actividad requiere un análisis detallado. Considerar cada uno de estos costos, su valoración y asignación, representa el mayor desafío al intentar establecer un costo individual para cada producto ofrecido.

Antecedente 3. (Rojas D. , 2011) En su tesis *“Análisis de la fijación de precios de las Pyme del sector grafico en la ciudad de Quito”* El trabajo de investigación realizado para obtener el grado de Maestría en Dirección de Empresas en la Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador, se enfocó en comprender cómo las pequeñas y medianas empresas (PYME) en el sector gráfico de la ciudad de Quito determinan sus precios. El análisis reveló que el ámbito de las artes gráficas en Quito está mayormente caracterizado por enfoques artesanales. En numerosas imprentas, aún prevalece la tradición de la enseñanza liderada por un maestro de taller y sus aprendices, un método que, aunque valioso en términos de



transmisión de conocimientos, plantea desafíos ante el rápido avance tecnológico, pudiendo dejar rezagadas a estas imprentas en términos de calidad y competitividad. En relación a la fijación de precios, se observó que el proceso es variado y poco homogéneo en las PYME del sector gráfico. Los precios son establecidos de diversas maneras: algunos se determinan basándose en los precios de la competencia, otros en función de los costos de la materia prima y la mano de obra, y algunos se establecen teniendo en cuenta el costo por millar, lo que conlleva a una amplia variabilidad en los precios para un mismo tipo de trabajo. En áreas con una concentración significativa de imprentas, como el sector de la calle Río de Janeiro y sus alrededores, los precios son mayormente definidos en base a la competencia. Por otro lado, en lugares con menos competencia, los precios se establecen considerando los costos de producción. En síntesis, el estudio subraya la diversidad de enfoques en la determinación de precios por las PYME del sector gráfico en Quito, destacando la influencia de la competencia y la metodología de costos en este proceso.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Antecedente 1. (Javier, 2016) En su tesis *“Sistema de costos por órdenes y su influencia en la fijación de precios de venta en la empresa Multiservicios ASAQUI E.I.R.L. Pacasmayo, 2016”* La investigación realizada para obtener el título profesional de Contador Público en la Universidad Privada del Norte se enfocó en analizar cómo el sistema de costos por órdenes impacta en la fijación de precios de venta en la empresa Multiservicios Asaqui EIRL, ubicada en Pacasmayo en 2016. El propósito principal del estudio fue mostrar la relación entre el sistema de costos por órdenes y la fijación de precios de venta de la empresa, que se dedica a la fabricación de piezas de madera y melanina según especificaciones de los clientes. Para llevar a cabo la investigación, se obtuvo información fundamental de la empresa mediante una entrevista con el propietario. Se identificó que la empresa carece de un método de costeo efectivo, lo que dificulta determinar el costo real de producción y



establecer precios de venta precisos. Actualmente, el responsable de emitir cotizaciones se basa en su experiencia, dedicando tan solo 5 a 10 minutos en la elaboración de presupuestos para los pedidos. Se espera que la implementación del sistema de costos por órdenes permita a la empresa tener una visión más clara de sus costos de producción, lo que servirá de base para establecer precios de venta más acertados. Este enfoque mejorado podría facilitar la toma de decisiones estratégicas, especialmente al participar en licitaciones con entidades públicas.

Antecedente 2. (Bueno, 2014) En su tesis *“Los costos indirectos y su influencia en los precios, por aplicación de la metodología de costos basados en actividades en la industria de productos de concreto”* La investigación, realizada para obtener el título de Contador Público en la Universidad Nacional de Trujillo, se enfocó en comprender la influencia de los costos indirectos asignados mediante la metodología de Costos basados en Actividades (ABC) en la determinación de los precios en la industria de Productos de Concreto en la provincia de Trujillo. El estudio concluyó que los métodos de costeo absorbente y ABC tienen un impacto notable en la fijación de precios de los productos, especialmente cuando estos precios se definen basándose en el costo total y se les agrega un margen de utilidad. La asignación de los Costos Indirectos utilizando diferentes inductores conlleva a variaciones en los costos de los productos, lo que se traduce en precios distintos al añadirles el margen de utilidad. Al comparar los costos obtenidos mediante el método ABC con los obtenidos a través del costeo absorbente, se observa que varios productos tienen costos subvencionados por otros. Esta disparidad se origina en la asignación de los Costos Indirectos: el costeo absorbente emplea una única base de asignación, mientras que el ABC se basa en las actividades consumidas por los productos, utilizando diversos inductores y considerando la relación causa-efecto entre los Costos Indirectos y la actividad. En el análisis detallado, se evidencia que, según el ABC, el costo de los adoquines es menor en



comparación con el costeo absorbente, mientras que los bloques y medio bloque muestran costos superiores. Por ende, se concluye que los adoquines están subvencionando los costos de los bloques y medio bloque en la industria de Productos de Concreto en Trujillo.

2.1.3 Antecedentes locales

Antecedente 1. (Flores, 2016) En su tesis “*Costos y la fijación de precios de la castaña pelada en la ONG CANDELA – 2016*” el problema de investigación planteado es la relación entre los costos y la fijación de precios de la castaña pelada en la ONG Candela en el año 2016. El estudio tiene un diseño no experimental, con un enfoque descriptivo-correlacional, donde se observó, describió y analizó el comportamiento individual de cada variable en el tiempo de investigación. Las dos variables del estudio son los costos, dimensionados en Materia Prima (MP), Mano de Obra (MO) y Costos Indirectos de Fabricación (CIF), y la fijación de precios, dimensionada en Valor y Determinación del Precio. Cada variable se evaluó mediante cuestionarios y se dividió en ítems. Los cuestionarios empleados tenían una escala de valoración del 1 al 5 y se aplicaron al 100% de la población, conformada por 40 trabajadores de la ONG Candela, incluyendo 12 trabajadores administrativos y 28 operativos. Los hallazgos revelaron que existe una relación significativa (con un nivel de significancia de 0.398) entre los costos y la fijación de precios, lo que lleva al rechazo de la hipótesis nula. El coeficiente de determinación (R^2) indicó que el 15.8% de las variaciones observadas en la fijación de precios se explican por la variación en los costos. Además, se encontró una relación significativa (con un nivel de significancia de 0.381) entre los costos y la dimensión de valor, con un coeficiente de determinación de 0.145, lo que significa que el 14.5% de las variaciones en la dimensión de valor se explican por las variaciones en los costos. Por último, también se identificó una relación significativa (con un nivel de significancia de 0.380) entre los costos y la dimensión de determinación del precio, con un coeficiente de determinación de 0.144, indicando que el



14.4% de las variaciones en la determinación del precio se explican por las variaciones en los costos.

2.1.4. Concepto de Mermas

De acuerdo con Rodríguez Martín (s.f.), se define a las mermas como las pérdidas que involucran algunas de las características físicas de los productos obtenidos o de los factores empleados para su fabricación, como el peso, volumen, longitud, entre otros. La empresa considera estas mermas como una característica intrínseca del proceso productivo y, en consecuencia, calcula directamente el coste, determinando el valor de los productos fabricados al final del proceso. Esto se logra dividiendo los costes aplicables del período (consumo de materias primas, mano de obra directa, gastos generales) relacionados con el departamento donde se produce la merma, entre el número de unidades resultantes de dicho proceso, descontando la mermas identificadas.

Por otra parte, según Jara (2007), las pérdidas se refieren a las disminuciones o porciones que se consumen naturalmente o se restan de un objeto. Se trata de la pérdida natural que puede ocurrir en productos transportados a granel, ya sea sólidos o líquidos. En el caso de sólidos, esto puede resultar en la pérdida de humedad, polvo o residuos asociados al producto, mientras que en productos líquidos puede ocurrir por evaporación o filtración. En términos de seguros, se equipara a un riesgo comercial y se considera como un vicio propio, aunque en algunas circunstancias, bajo ciertas coberturas específicas, puede ser asegurable.

IMPUESTOS ISC Y IGV

El ISC

El Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) es un tributo indirecto que se aplica a la venta o consumo de productos específicos considerados como artículos de lujo o que puedan tener un impacto negativo en la salud o el medio ambiente. Esta imposición adicional se aplica



sobre bienes como bebidas alcohólicas, cigarrillos, combustibles, vehículos de gama alta y otros similares. Su finalidad principal es desincentivar el consumo de estos productos y, a su vez, generar ingresos fiscales.

A diferencia del Impuesto General a las Ventas (IGV), el ISC es específico y se centra en gravar ciertos bienes, buscando desalentar el consumo de productos que puedan tener efectos perjudiciales a nivel individual, social y ambiental. Según la SUNAT (s.f.), aparte de su función desincentivadora, el ISC también busca atenuar la regresividad del IGV al imponer una carga tributaria mayor a aquellos consumidores que tienen una capacidad adquisitiva más elevada, particularmente al adquirir bienes considerados suntuosos o de lujo, como vehículos nuevos, agua embotellada, bebidas energéticas y otras categorías similares.

Según el ITC (Instituto de Comercio Exterior), el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) es un aspecto fundamental a comprender para aquellos relacionados con la producción e importación de productos como combustibles, gaseosas, cigarrillos y otros bienes señalados por el Estado. La primera comercialización de estos bienes y servicios está sujeta al pago de este tributo, que busca reducir su consumo al considerar que generan consecuencias no deseadas para la sociedad, también conocidas como externalidades negativas.

Es importante mantenerse al tanto de las decisiones tomadas por instituciones como el Ministerio de Economía y Finanzas, ya que pueden cambiar las tasas aplicadas a productos específicos. Esta información está disponible en el sitio web oficial de la SUNAT. Los empresarios involucrados en la venta o importación de estos productos deben declarar y pagar el ISC a la SUNAT. Aquí se proporcionan las directrices necesarias para calcular y cumplir con dicho pago.



IGV

El Impuesto General a las Ventas (IGV) es un tributo que se recauda sobre la venta de bienes y servicios de forma general. Se trata de un impuesto de carácter amplio que grava prácticamente todas las transacciones comerciales, a excepción de algunas situaciones excepcionales y exoneraciones que están establecidas en las leyes fiscales correspondientes.

El IGV se aplica como un porcentaje adicional al precio de venta de los bienes y servicios, siendo recaudado por el vendedor para luego ser entregado al gobierno.

El IGV es el impuesto que se requiere pagar al adquirir bienes o contratar servicios de una empresa, ya sea como persona natural o jurídica. Se aplica sobre el monto acordado para pagar, lo que genera el "monto total a pagar" o "precio de venta". Según (SACO), el IGV es un impuesto de naturaleza general, plurifásico y no acumulativo. Esta grava la venta de bienes muebles, la prestación y utilización de servicios dentro del país, los contratos de construcción, la primera venta de inmuebles por un constructor y la importación de bienes.

2.2 Bases legales

La investigación actual carece de fundamentos legales ya que aborda variables que son internas al ámbito privado y específicas de la entidad bajo estudio.

2.3 Bases Teóricas

2.3.1 Costos

La definición de costos, según Erly Zeballos en su libro "Contabilidad General" (2011), abarca el conjunto de gastos o desembolsos realizados para adquirir un producto o servicio. Estos pagos y compromisos están relacionados con las áreas de producción, distribución, administración y financiamiento, involucrando consumos, depreciaciones, amortizaciones y otros recursos atribuibles a un período específico. En resumen, los costos se refieren al valor asociado con la realización de algo. (Zeballos, 2011)



Según la definición proporcionada por Ricardo Alfredo Rojas Medina en su libro "Sistema de costos, un proceso para su implementación", el costo se define como el total de los gastos en los que incurre una persona al adquirir un bien o servicio con la expectativa de que este genere un ingreso en el futuro (Rojas R. , 2007)

Perdomo (1977) lo describe como una parte o fase de la contabilidad general que registra, clasifica, resume y presenta operaciones pasadas o futuras relacionadas con lo que cuesta adquirir, explotar, producir y distribuir un artículo o servicio.

Roberto Carro (1998) considera que el costo abarca todos los sacrificios económicos directos o indirectos necesarios para adquirir, transformar y/o comercializar un bien o servicio.

Según Sarmiento (2005), el costo es una parte especializada de la contabilidad de una empresa industrial, diseñada para calcular los costos de producción. Representa el registro de operaciones de costos y gastos relacionados con eventos de producción en una empresa de transformación.

Aguirre (2010) lo define como el área que se encarga de registrar, analizar e interpretar datos históricos del proceso de fabricación de un producto, informando a la dirección para la toma de decisiones

El concepto de costos según la CPC. Merlín Lazo (2013) se basa en la idea de que los contadores suelen definir el costo como un recurso que se sacrifica o al que se renuncia para lograr un objetivo específico. Esta definición resalta la noción de que el costo implica el uso o la pérdida de recursos de alcanzar metas o fines concretos (pág. 32).

Según (Hoyos, 2017) se define como el valor del sacrificio efectuado para obtener bienes y servicios. Este sacrificio se realiza con la expectativa de alcanzar beneficios económicos en el futuro. Por tanto, el costo puede considerarse como la inversión realizada con la intención de recuperarla a través de la venta. Por ejemplo, la adquisición de mercancía



en una empresa comercial se lleva a cabo con el propósito de obtener ingresos económicos a partir de su venta.

2.3.1.1 Contabilidad de costos.

La definición de la Contabilidad de Costos por Juan García Colín establece que es un sistema de información utilizado para anticipar, registrar, acumular, controlar, analizar, dirigir, interpretar e informar todo lo referente a los costos asociados con la producción, la venta, la administración y la financiación (García J. , 2008).

Alfonso Santa Cruz Ramos, en su libro "Tratado de Contabilidad de Costos", hace referencia a la definición de Erick Kohler, la cual establece que la Contabilidad de Costos es una rama contable dedicada a la clasificación, distribución, recopilación e información de los costos actuales y futuros.

Por otro lado, según Polimeni y la National Association of Accountants (NAA), la Contabilidad de Costos se define como una técnica o método para determinar el costo de un proyecto, proceso o producto, utilizado por la mayoría de las entidades legales de una sociedad o recomendado por un grupo autorizado de contabilidad. (Polimeni, Fabozzi, & Adelberg, 1997)

La contabilidad de costos se define como un sistema de información que permite identificar y determinar los gastos en un proceso productivo, así como su origen en cada actividad involucrada en la producción, según el texto Sistema de costos: un proceso para su implementación (Rojas R. 2007)

2.3.1.2 Costos fijos y variables

Isidro Chambergo publica en la revista actualidad empresarial que:

Costos fijos: Son todos aquellos que permanecen constantes durante el proceso productivo u operativo y, tienen una tendencia a bajar en la medida que aumenta el volumen de producción.



Isidro Chambergo, en la revista 'Actualidad Empresarial', describe los costos fijos como aquellos que se mantienen constantes a lo largo del proceso productivo y tienden a disminuir a medida que aumenta el volumen de producción.

Los costos variables, según la perspectiva de Kohler y Welsch, se definen como gastos operativos que varían directamente, en ocasiones de manera proporcional a las ventas o al volumen de producción. Incluyen elementos como materiales consumidos, mano de obra directa, suministros y otros gastos que se acumulan como resultado de la actividad o la producción. Los costos variables aumentan o disminuyen directamente en relación a cambios en la producción: si esta se duplica, el costo variable también se duplica, y si la producción disminuye en un 10%, el costo variable lo hace en la misma proporción, presenta estos elementos como factores esenciales a considerar al establecer una definición de costos variables. (Chambergo, 2012).

2.3.2 Sistemas de costos

Erly Zevallos en su libro Contabilidad General dice:

El libro "Contabilidad General" de Erly Zevallos expone que, en la gestión de costos, las empresas de servicios aplican tanto sistemas tradicionales, como los basados en actividades. El sistema de costos por órdenes de trabajo se utiliza para la generación de bienes o servicios heterogéneos, donde los costos se acumulan por pedido u orden de los clientes, permitiendo identificar cada trabajo por separado. Este sistema se emplea en actividades como sociedades de auditoría, publicidad, imprentas, ingeniería y diseño, y reparación de maquinaria, entre otras.

Por otro lado, el sistema de costos por procesos se centra en acumular los costos de producción por departamento o centro de costos y es más adecuado para prestadores de servicios homogéneos y continuos, donde resulta complejo diferenciar una unidad de



servicio de las demás. Sectores como empresas de servicios públicos, sociedades agentes de bolsa, empresas financieras y salas de cine pueden aplicar este método.

Esta información describe y compara dos enfoques de costos aplicados en empresas de servicios según. (Zevallos, 2012)

2.3.2.1 Costos Fijos, Costos Variables

2.3.2.1.1 Costos fijos.

Los costos fijos, dentro del ámbito de la contabilidad de costos, son aquellos gastos que permanecen constantes independientemente de los niveles de producción o ventas. A pesar de que las ventas aumenten o disminuyan, estos costos no varían en el ciclo de producción.

Pollimeni, Fabozzi, Adelberg & Kole (1997) explica que los costos fijos permanecen constantes en un rango específico de producción, mientras que el costo por unidad varía con el nivel de producción. Sin embargo, más allá de este rango, los costos fijos pueden variar. (Polimeni, Fabozzi, Adelberg, & Kole, 1997, pág. 15)

La lista siguiente explica los factores principales que una empresa debe considerar al establecer una definición de costos fijos:

- a) Controlabilidad.
- b) Relación con la Actividad.
- c) Rango Pertinente.
- d) Reguladas por la Administración.
- e) Costos por Tiempo.
- f) Fijos en Total, pero Variables por Unidad.
- g) Aplicación Práctica.

2.3.2.1.2 Costos variables.



Los costos variables con respecto a los costos fijos, son todo lo contrario que estas tendrán variación de acuerdo al nivel de ventas en los que se incurra.

Para Pollimeni, Fabozzi, Adelberg & Kole (1997) describe los costos variables como aquellos cuyo costo total varía directamente en relación con los cambios en el volumen de producción, mientras que el costo unitario permanece constante dentro de un rango relevante (pág. 15).

Un costo variable es necesariamente cero a cero actividades.

- a) Controlabilidad.
- b) Relación es proporcional con la actividad.
- c) Rango Pertinente.
- d) Regulados por la Administración.
- e) Costos de Actividad.
- f) Variables en total pero fijos por unidad.

2.2.2.1.3 Costos directos y costos indirectos

Los costos directos son aquellos que están específicamente relacionados con un objeto de costos y se pueden atribuir de manera económica y eficiente a ese objeto en particular. En contraste, los costos indirectos se vinculan con un objeto de costos específico, pero no pueden asignarse de manera económica y eficiente a ese objeto en particular. Los costos indirectos de un objeto de costos se relacionan con el objeto de costos particular; sin embargo, no pueden atribuirse a dicho objeto desde un punto de vista económico (eficiente en cuanto a costos). (Horngren, 2012)

2.3.2.2 Funciones de los costos

- **Clasificación:** Los costos se clasifican de acuerdo a patrones de comportamiento, actividades y procesos con los cuales se relacionan productos a los que corresponde.



- **Acumulación:** Los costos se pueden acumular en cuentas, trabajos, procesos, productos u otros segmentos del negocio.

- **Control:** Para planear y analizar constantemente los resultados de las operaciones con el fin de decidir y eliminar las situaciones que están fuera de control.

- **Asignación:** Los costos se asignan dependiendo del sistema de costeo que se utilice.

2.3.3 Elementos de costos

Juan García Colín en su libro Contabilidad de Costos I menciona:

Como ya hemos dicho, son los costos que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados. Son tres los elementos esenciales que integran el costo de producción:

Materia Prima. Son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados, se dividen en:

a) Materia prima directa (MPD) Son los materiales sujetos a transformación, que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados, como, por ejemplo, la madera en la industria Mueblera.

b) Materia prima indirecta (MPI) Son los materiales sujetos a transformación, que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados, por ejemplo, el barniz en la industria Mueblera.

Mano de Obra. Es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados, se divide en:

a) Mano de obra directa (MOD) Son los salarios, prestaciones y obligaciones a que den lugar, de todos los trabajadores de la fábrica, cuya actividad se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.



b) Mano de obra indirecta (MOI) Son los salarios, prestaciones y obligaciones a que den lugar, de todos los trabajadores y empleados de la fábrica, cuya actividad no se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

Cargos indirectos (CI) también llamados gastos de fabricación, gastos indirectos de fábrica, gastos indirectos de producción o costos indirectos, son el conjunto de costos fabriles que intervienen en la transformación de los productos y que no se identifican o cuantifican plenamente con la elaboración de partidas específicas de productos, procesos productivos o centros de costo determinados. (Garcia J. , 2008)

2.3.4 Clasificación de costos

2.3.4.1 Según su función:

Costo de producción

Son los que se generan durante el proceso de transformar la materia prima en un producto final

Para (Udolki, 2017) se divide en dos categorías principales: los materiales directos (MD) y los materiales indirectos. Los materiales directos son aquellos materiales que forman físicamente parte del producto final o que se consumen durante el proceso de producción, y están directamente asociados al objeto del costo. Ejemplos comunes incluyen la madera en la fabricación de muebles, el microprocesador en la creación de computadoras, la arcilla para cerámica o la fruta utilizada en la elaboración de helados

Para (Ramirez, Garcia, & Pantoja, 2010), los materiales directos son aquellos materiales o materias primas que se identifican claramente con la elaboración de un lote, pedido u orden de fabricación. En este sistema de costeo, estos materiales se distinguen y asocian con los productos de manera específica. Es importante tener en cuenta que si se consumen materiales o suministros durante el proceso de producción y no pueden asociarse directamente con un lote de productos específico, se considerarán como materiales



indirectos, es decir, se tratarán como parte de los costos indirectos en lugar de los costos directos.

La mano de obra directa (MOD) comprende a los trabajadores que participan directamente en el proceso de fabricación del producto. Por ejemplo, un carpintero en la fabricación de muebles, un operador de equipos en la producción de microprocesadores, un artesano que elabora cerámica o un operario que mezcla ingredientes en la elaboración de helados formarían parte de esta categoría. Estos son ejemplos de trabajadores cuyo esfuerzo y labor se pueden asociar directamente con la creación del producto final.

la mano de obra directa se refiere al trabajo de los operarios que se asocia específicamente con lotes de fabricación o pedidos determinados, siendo identificable con la producción de un artículo particular. Por otro lado, la mano de obra indirecta comprende las labores que no están vinculadas con un lote de producción específico, como las tareas de aseo, mantenimiento u otros servicios generales. Esta distinción es análoga a la situación de los materiales que no se pueden asociar con lotes particulares.

Los costos indirectos de fabricación (CIF) constituyen todos aquellos costos involucrados en la producción de un bien que no están directamente relacionados con los materiales o la mano de obra directa. Ejemplos de estos costos incluyen los gastos asociados con la electricidad, la depreciación de equipos o maquinaria, entre otros

Para (Ramirez, Garcia, & Pantoja, 2010) en la manufactura, aparte de los materiales indirectos y la mano de obra indirecta, existen otros costos indispensables que no pueden ser atribuidos directamente a un lote de productos específico al momento de su registro, a pesar de ser fundamentales para la producción.

2.3.4.2 De acuerdo a su comportamiento

Costos variables Son aquellos que cambian o fluctúan en relación directa a una actividad o volumen dado.



Costos fijos Son aquellos que permanecen constantes dentro de un período determinado, sin importar si cambia el volumen de producción. Como ejemplo de ellos están: depreciación por medio de línea recta, arrendamiento de la planta, sueldo de jefe de producción

2.3.4.3 De acuerdo al tiempo en que se enfrentan los ingresos

Costos del producto: Estos son gastos que tienen una relación directa o indirecta con la fabricación del producto. Incluyen componentes como el material directo, la mano de obra y la carga fabril. Una característica esencial de estos costos es que se mantienen en el inventario hasta que se produce la venta. En ese momento, se comparan con los ingresos para generar los beneficios asociados.

Costos del período: Estos gastos no guardan relación ni directa ni indirecta con la producción del producto y, por tanto, no se incluyen en el inventario. Se distinguen por ser pagados de manera inmediata y no pueden asignarse al costo de producción del producto debido a la imposibilidad de vincularlos directamente. Ejemplos comunes incluyen gastos de administración y ventas, los cuales se reflejan en los estados financieros del período en que se incurren y no se diferencian en el inventario.

2.3.4.4 Periodo de costo

Para (Ramirez, Garcia, & Pantoja, 2010) el período contable se define como el lapso de tiempo utilizado por una entidad para fines relacionados con la presentación de su información contable o financiera. Este período puede variar en duración, siendo semanal, quincenal, mensual, bimestral, semestral o de cualquier otra extensión, dependiendo de las necesidades de información o de la gestión administrativa de la entidad económica.

2.3.5 Costos Operativos

Los costos de operación representan los gastos que una institución afrontará durante el periodo posterior a la inversión inicial, es decir, tras la finalización de la ejecución del



proyecto. Dentro del marco de evaluación, los costos operativos relevantes incluyen los costos operativos incrementales, que surgen de la diferencia entre los costos operativos en la situación con proyecto y los costos operativos previstos en el escenario base o situación sin proyecto. Desde una perspectiva contable, estos costos incluyen los gastos de operación y los gastos de mantenimiento. En términos generales, estos costos se registran a nivel institucional y nacional como gasto corriente, a diferencia del gasto de capital, que resulta de la suma de los costos de inversión de diversos proyectos. (CEMPRO, 2022)

2.3.5.1 Definición de costos operativos

Los costos de operación o funcionamiento del proyecto son aquellos desembolsos económicos que se generan desde el inicio, construcción o instalación de una nueva capacidad productiva hasta el fin de su vida útil. Estos costos derivan de la valoración monetaria de bienes y servicios necesarios para mantener la operatividad y los beneficios producidos o inducidos por el proyecto. Por ejemplo, los costos de operación incluyen gastos como el costo de la energía, adquisición de repuestos y salarios del personal encargado de la gestión del sistema, entre otros. (CEMPRO, 2022)

Los costos operativos representan los desembolsos económicos asociados con el proceso de producción de un bien o la prestación de un servicio que corresponde al propósito del proyecto, una vez que la inversión ha sido realizada. Es crucial considerar que los costos operativos pertinentes son los incrementales, que resultan de la diferencia entre los costos generados al implementar el proyecto (situación con proyecto) y los costos proyectados si el proyecto no fuese ejecutado (situación sin proyecto). Similar al presupuesto, los costos operativos incrementales deben clasificarse en categorías específicas de gastos. A nivel general, estas categorías podrían abarcar mano de obra, adquisición de bienes y servicios, maquinaria y equipo, entre otros. No obstante, el nivel de desglose puede variar,



dependiendo de la profundidad que se quiera alcanzar, al igual que en el caso del presupuesto (CEMPRO, 2022).

Se entiende como costos de operación aquellos desembolsos económicos que surgen durante el período en el que el proyecto se encuentra en funcionamiento. Estos costos son esenciales para garantizar la continuidad y sostenibilidad financiera del proyecto. Para asegurar la operatividad de los servicios, es fundamental cubrir los gastos correspondientes a la operación y al mantenimiento. De lo contrario, el proyecto en su totalidad, es decir, la inversión comprometida en la intervención, corre el riesgo inminente de no alcanzar sus objetivos y de fracasar (CEMPRO, 2022).

2.3.6 Fijación del precio

Para (Armstrong & Kotler, 2013) sobre el precio es la cantidad monetaria que se cobra por un producto o servicio. En un contexto más amplio, el precio se refiere a la totalidad de los valores a los que un cliente renuncia para obtener los beneficios derivados de tener o usar un producto o servicio.

En opinión de (Pérez & Pérez, 2006). a empresa se encuentra en la posición de establecer el precio de un producto al lanzarlo al mercado o al introducirlo en un nuevo segmento o canal de distribución. En este momento, debe tomar una decisión crucial para la trayectoria de ese producto y, por ende, se requiere un análisis minucioso de todos los elementos involucrados.

En opinión de (Pérez & Pérez, 2006). a fijación del precio es un instrumento de suma importancia para una empresa, ya que determina el nivel de ingresos y, en consecuencia, su rentabilidad. La determinación del precio se ve influenciada por una multiplicidad de factores, tanto internos como externos..

Aunque la teoría económica señala que el precio se establece mediante un equilibrio entre la oferta y la demanda, vinculando las variaciones del precio con la elasticidad de la



demanda (es decir, la capacidad de respuesta de la demanda ante los cambios de precio), en la realidad empresarial se requiere un análisis más profundo. Dicho análisis debe considerar factores internos y externos que condicionan la determinación del precio, independientemente de si este precio es percibido por el consumidor como óptimo para motivar su decisión de compra.

A continuación, examinaremos algunos de estos factores que, desde la perspectiva interna de la empresa, influyen en el establecimiento de los rangos de precios, a partir de los cuales los empresarios deben fijar el precio final.

2.3.7 Métodos para la fijación de precio

En opinión de (Andalucía, 2019). sugiere que la determinación del precio se basa en la viabilidad del coste de producción o del servicio con respecto al precio establecido. Mientras las percepciones de valor por parte de los clientes pueden determinar un precio máximo, los costos fijan un precio mínimo que la empresa debe considerar. Es crucial que el precio cubra todos los costos relacionados con la producción, distribución y venta, además de generar un rendimiento satisfactorio en función de los esfuerzos y riesgos asociados al desarrollo del negocio. Para calcular el precio, se suma al coste unitario (el coste individual de cada producto o servicio) el margen de beneficio que la empresa decide aplicar. (Andalucía, 2019).

$$\text{Precio de venta} = \text{Coste unitario} + (\% \text{ Margen} * \text{Coste unitario})$$

El porcentaje de margen depende de varios factores, entre ellos, la competencia en el mercado y si el precio resultante es atractivo para los clientes. En cuanto a los tipos de costos que conforman el precio de venta, es esencial hacer una distinción entre costos directos e indirectos, así como entre costos variables y fijos. (Andalucía, 2019).



a) La distinción entre costos directos e indirectos se basa en la facilidad con la que se pueden asignar al costo final. Los costos directos comunes y representativos incluyen materias primas, mano de obra directa y otros servicios directos, como gastos de energía o alquileres. Por otro lado, en los costos indirectos se engloban los gastos generales de fabricación, los gastos relacionados con la comercialización y los gastos administrativos. (Andalucía, 2019).

b) La distinción entre costos fijos y variables radica en su relación con el volumen de producción o ventas. Los costos fijos permanecen constantes, independientemente del nivel de producción o ventas, incluyendo gastos como alquileres, salarios, entre otros. Por otro lado, los costos variables se relacionan directamente con la actividad de la empresa, aumentando en proporción al incremento en la producción o ventas. (Andalucía, 2019).

La eficiencia en los costos debe ser una característica sostenible y constante en el tiempo. Esta eficiencia implica el uso óptimo de los recursos de la empresa. Si una empresa logra mantener bajos costos competitivos sin comprometer la calidad, los ingresos generados por las ventas pueden ser reinvertidos para fortalecer su ventaja competitiva. Sin embargo, si esta ventaja competitiva no es sostenible, es decir, si los competidores pueden fácilmente imitar las acciones que reducen los costos, la empresa no podrá mantener su éxito a largo plazo (Andalucía, 2019).

2.3.7.1 Fijación de precios basados en costos

Para (Armstrong & Kotler, 2013) consiste en establecer los precios considerando los costos de producción, distribución y venta del producto, además de agregar una tasa de utilidad razonable para compensar el esfuerzo y el riesgo asumidos. Los costos de la empresa representan un componente crucial en la estrategia de fijación de precios.

Para (Pérez & Martínez, 2006) se considera el más objetivo. Se centra en establecer un margen sobre el costo del producto o determinar un precio objetivo que permita alcanzar



un nivel de rentabilidad predeterminado. Es un sistema simple que inicialmente no considera otros factores que podrían justificar cambios en el precio. Se calcula mediante el análisis de los costos variables relacionados con la fabricación del producto, a los que se añade la porción proporcional de los gastos fijos de la empresa.

2.3.7.2 Fijación de precios basados en competencias

Según (Armstrong & Kotler, 2013) implica establecer los precios de un producto teniendo en cuenta las estrategias de los competidores, sus costos, los precios en el mercado y la oferta existente. En este enfoque, los consumidores utilizan los precios que los competidores fijan para productos similares como referencia para evaluar el valor del producto. Ajustar los precios de acuerdo con la competencia es un proceso que varía según la posición de la empresa en el mercado (como líder o seguidor), la calidad del producto o servicio ofrecido, y las especificidades de las transacciones comerciales

2.3.7.3 Métodos basados en el valor percibido

se centra en el comportamiento del consumidor y su percepción sobre el producto y el mercado. Una vez cubierto el coste mínimo del producto, el fabricante puede utilizar el concepto del valor percibido por el cliente para ajustar el precio. Esto implica que el precio debería reflejar una oferta de alto valor para los consumidores. La percepción que los consumidores tienen de los productos está estrechamente vinculada a cómo la empresa emplea sus estrategias de marketing para garantizar una percepción elevada del valor. Esto influye en la disposición del consumidor a pagar un precio superior por el producto.

2.3.7.4 Factores internos que influyen en el precio

a. Las políticas y objetivos de la empresa son determinadas por las estrategias establecidas por los Consejos de Administración. Estas estrategias definen las pautas, métodos y plazos para lograr los objetivos propuestos. La estrategia de la empresa tiene un impacto directo en diferentes aspectos del Marketing Mix, como el posicionamiento, la



política de descuentos, la promoción y el enfoque de mercado. Por ende, estas decisiones estratégicas influyen directamente en el precio final del producto o servicio. (Pérez & Pérez, 2006).

b. La política financiera de una empresa juega un papel crucial en sus estructuras, el tipo de producto, y sus ingresos y gastos, lo cual incide significativamente en la determinación del precio de los productos. Los recursos financieros disponibles y la capacidad de endeudamiento de una empresa influyen de manera decisiva en la naturaleza del producto y, particularmente, en las etapas de ejecución de los procesos operativos y comerciales. En este sentido, el aspecto financiero se vuelve fundamental y esencial para llevar a cabo el proyecto, teniendo una influencia directa en la fijación del precio final del producto o servicio. (Pérez & Pérez, 2006)

c. La política de personal de una empresa es determinante en la fijación de precios. La estructura laboral y la flexibilidad en ella representan factores fundamentales en la determinación del costo del producto y, consecuentemente, en la fijación del precio final. Las estructuras laborales sólidas pueden permitir una curva de aprendizaje más estable y niveles más eficientes de actividad. Sin embargo, en algunos casos, la falta de flexibilidad en la estructura laboral puede ocasionar menos eficiencia y flexibilidad en la ejecución de las tareas, lo que podría resultar en márgenes reducidos y la necesidad de ajustes en el precio final del producto o servicio. (Pérez & Pérez, 2006)

d. La cartera de productos de una empresa es crucial para determinar la necesidad de liquidez, lo cual influye directamente en los ingresos deseados. La matriz de la Boston Consulting Group (BCG) revela el grado de contribución o demanda de recursos de estos productos para la empresa. Esto tiene un impacto significativo en la situación financiera de la compañía y, en consecuencia, en su capacidad para fijar precios que el mercado pueda



asumir. Estos aspectos se analizarán más detenidamente en secciones posteriores. (Pérez & Pérez, 2006)

e. La curva de aprendizaje es fundamental al considerar la experiencia y los costos involucrados en el desarrollo del producto. Estos aspectos están estrechamente relacionados con el costo del producto y representan el precio mínimo que se debe ofrecer al mercado. La experiencia en la creación y destreza del personal en la producción generan economías de escala que otorgan al fabricante una posición más sólida para establecer el precio. (Pérez & Pérez, 2006)

f. La estrategia de distribución del producto juega un papel crucial en la determinación del precio final. Los márgenes de distribución incorporan recargos que afectan de manera significativa al precio final que paga el consumidor. Es necesario distinguir entre dos enfoques: la comercialización directa y la comercialización a través de terceros o canales externos. (Pérez & Pérez, 2006)

2.3.7.5 Factores externos que influyen en el precio

En opinión de (Pérez & Pérez, 2006) Las empresas están influidas por una variedad de elementos y variables en su entorno, los cuales impactan su viabilidad y el desarrollo de sus actividades, según lo señala.

a. Legislación vigente. Aunque la legislación permite la libertad de fijar precios y prohíbe explícitamente que las empresas de un sector acuerden entre sí para evitar la competencia, en algunos casos específicos, como en los servicios prestados por organismos públicos como el transporte municipal, aún existe cierta regulación en los precios. Se han dado situaciones recientes en las que las empresas han enfrentado sanciones severas debido a indicios de acuerdos de precios, particularmente en sectores como las telecomunicaciones y los servicios de electricidad . (Pérez & Pérez, 2006).



b. La competencia. La fijación del precio por parte de una empresa no solo se basa en su estructura de costos, sino también toma como referencia el mercado y la competencia. La competencia y los productos sustitutos establecen un marco de referencia que la empresa considera al fijar sus precios finales. Esta restricción lleva a la empresa a adaptar sus procesos de producción para ofrecer precios que sean aceptados por los clientes y, al mismo tiempo, mantengan la rentabilidad necesaria. En ciertas ocasiones, las empresas pueden desistir de lanzar ciertos productos si sus costos son superiores a los ingresos que el precio de mercado pueda generar.

La intensa competencia en algunos sectores conlleva ajustes continuos en los precios e incluso la salida de empresas que no pueden resistir la presión competitiva. Un ejemplo claro de este fenómeno es el mercado de telefonía móvil, donde operadoras compiten por obtener más clientes y, en muchos casos, por "robar" clientes a la competencia. En situaciones como estas, las empresas se ven obligadas a ajustar sus estrategias y precios para mantenerse competitivas.

Un caso ilustrativo es el de Telefónica (Movistar en telefonía móvil) en España, que ha tenido que revisar sus tarifas y reestructurar la empresa para operar de manera más eficiente en un entorno altamente competitivo. La competencia ha llevado a Telefónica a modificar drásticamente sus tarifas, adaptando su estrategia a un entorno más desafiante y competitivo. Este caso ejemplifica la necesidad de las empresas de adaptar sus precios, su estructura y su estrategia para responder a un nuevo escenario competitivo. Además, dichas empresas buscan diversificar sus productos, sectores y su presencia geográfica para mantenerse en entornos con diferentes grados de madurez. (Pérez & Pérez, 2006)

c. Agentes económicos que intervienen en el proceso productivo. Los agentes económicos participan en todas las etapas del proceso productivo, desde la concepción del producto hasta su venta al consumidor final. Esta cadena de actividades puede ser extensa y



compleja, con múltiples eslabones en los que intervienen diversos actores. Estos agentes, a lo largo de la cadena de producción y distribución, también tienen un papel relevante en la fijación del precio final del producto. (Pérez & Pérez, 2006).

- **Intermediarios.** Si la empresa decide utilizar canales de distribución externos, estará, como se señaló anteriormente, sujeta a la influencia de intermediarios. En muchos casos, estos actores ejercen un impacto considerable sobre el fabricante al determinar y establecer los precios finales con sus márgenes. Los distribuidores, en numerosas ocasiones, tienen una influencia significativa en los precios del producto en su origen, lo que incide en la rentabilidad y los márgenes de la empresa. En otras situaciones, el fabricante sugiere precios de venta al público recomendados, lo que permite un mejor control del producto. El grado de fragmentación de la red de distribución también facilita este control. En redes de distribución muy extensas, la competencia entre intermediarios es más intensa y conduce a reducciones de precios para capturar una mayor cuota de mercado. Por el contrario, cuando la red es más limitada, los precios se acercan al límite aceptado por el consumidor, lo que acarrea una disminución de los márgenes del productor. (Pérez & Pérez, 2006).

- **Suministradores.** Los proveedores son fundamentales en la estructura de costes del producto y, en consecuencia, inciden directamente en la determinación del precio del mismo. Si el precio se incrementa debido a un aumento en la demanda u otras razones, los proveedores pueden impactar negativamente en este margen mejorado al solicitar aumentos de precios. La negociación con los proveedores representa un aspecto crucial en la gestión empresarial. Una gestión eficaz en este nivel puede representar un valor diferencial frente a la competencia. El departamento de compras es clave para obtener un margen competitivo adicional y para afrontar el mercado con mayores recursos. Las empresas financieramente sólidas suelen adquirir grandes volúmenes de productos con descuentos significativos, lo que les proporciona un margen diferencial sustancial en comparación con productos



alternativos. En estas situaciones, la empresa puede optar por una estrategia de reducción de precios para aumentar su participación en el mercado, a expensas de reducir las ventas de empresas menos competitivas. O bien, puede competir de manera más equitativa en el mercado, acumulando solvencia para eventos futuros. (Pérez & Pérez, 2006)

- **Clientes.** el valor percibido por el cliente desempeña un papel fundamental en la determinación del precio máximo al que estaría dispuesto a adquirir el producto. Este factor permite la variación de los precios, independientemente de la estructura de costes de la empresa. En el caso de productos como perfumes, algunos consumidores los perciben como elementos distintivos, lo que permite a los fabricantes fijar precios muy por encima de los costos de producción. En el ámbito de la moda, ciertas marcas establecen precios considerablemente altos para prendas percibidas por los clientes como símbolos de alta calidad y prestigio. Esta posición privilegiada les permite generar ingresos adicionales significativos. (Pérez & Pérez, 2006).

- **Estructura del mercado.** Cada sector industrial presenta una organización y configuración distintas que indudablemente influyen en la determinación de los márgenes dentro de los cuales se mueven los precios. La competitividad del mercado, determinada por la cantidad masiva de unidades económicas de producción, suele restringir el margen de maniobra para establecer los precios de venta.

- **El mercado y la demanda.** La determinación de precios se inicia con la comprensión de cómo las percepciones de valor de los clientes impactan en los precios que están dispuestos a pagar. (Armstrong & Kotler, 2013).

Antes de fijar los precios, es fundamental analizar cómo la demanda se ve influenciada por la relación entre el precio y los beneficios que los consumidores y compradores comerciales perciben al adquirir un producto o servicio. Este vínculo entre el precio y la demanda varía según el tipo de mercado en el que se opera.



2.3.7.6 Estrategias para la selección de precios

Para (Pérez & Martínez , El Precio, 2006) se destaca la necesidad ineludible de que las empresas establezcan una estrategia para fijar sus precios. No solo se considera el precio como una herramienta para generar beneficios, sino que también se reconoce su importancia fundamental como parte de la estrategia global de la empresa.

a. Estrategia de precios y valor De acuerdo a (Pérez & Martínez, 2006) en la estrategia de precios basada en el valor, la empresa debe considerar si el precio del producto reflejará directamente su valor intrínseco. Esta estrategia implica que el producto será valuado y fijado en concordancia con su calidad o valor percibido, en lugar de seguir la lógica económica general de que un precio más bajo aumenta la demanda. Por ejemplo, si una empresa confía en la superioridad de su producto en cuanto a calidad respecto a los de la competencia, puede optar por establecer precios más altos en línea con su valor diferencial.

b. Estrategia de precios a medida Para (Pérez & Martínez, 2006), la estrategia de precios a medida implica dirigir los esfuerzos competitivos hacia un segmento específico del mercado. Este enfoque se centra en un sector generalmente reducido, donde los ingresos provienen menos del volumen de ventas que de márgenes más elevados. Este grupo tiene demandas específicas y está dispuesto a pagar un precio superior por un producto o servicio casi personalizado, brindado de manera particular.

2.3.8 Reseña de “Grifo Rojas Álvarez Justina”

"El Grifo Tres Fronteras" con RUC N° 10239200007, de propiedad de Justina Rojas Álvarez y administrado por su hermano Efraín Rojas Álvarez, está situado en la carretera interoceánica Iberia Mz. A lote 6, en el asentamiento humano Las Palmeras. Inaugurado el 12 de agosto de 2013 en Iberia, distrito de Tahuamanu, en la región de Madre de Dios, esta estación de servicio se estableció con el propósito de proveer combustible a los residentes y a las empresas que se dedican a la extracción y transporte de madera en la localidad de Iberia.



El único y principal proveedor de combustible de esta empresa es PETROPERU S.A., que abastece la región de Madre de Dios desde sus plantas de combustible en Cusco y Mollendo. En las instalaciones de Iberia, se suministran gasolina de 84 octanos y Diesel B5 S-50 (petróleo). La visión de la empresa es convertirse en un referente líder que ofrezca un servicio de calidad y satisfaga las necesidades de combustible de la población en general y de los extractores forestales. Su misión es ser una empresa local dedicada a la venta de combustible con un servicio al público óptimo y precios competitivos.

A medida que la empresa ha crecido, actualmente cuenta con una plantilla de 15 empleados que desempeñan roles vitales dentro del grifo, entre ellos el gerente propietario, administrador, contador, dos asistentes administrativos, asistentes contables, auxiliar contable, almacenero, secretaria y dos empleados en el surtidor. Cada uno contribuye de manera significativa al funcionamiento y desarrollo de la empresa.

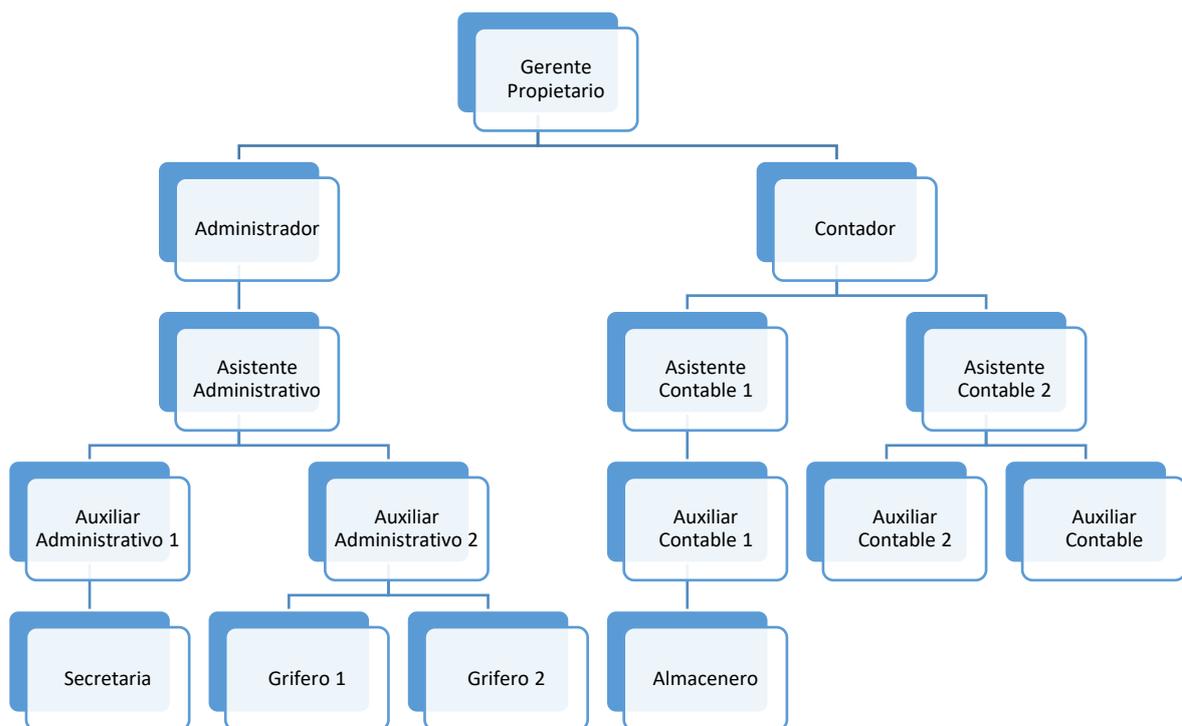


Grafico 1
Estructura orgánica del “Grifo Tres Fronteras”



2.4 Marco conceptual (Definición de términos)

a. Combustible. se define como cualquier material que tiene la capacidad de liberar energía cuando se oxida rápidamente, generando calor. Este proceso implica la transformación de energía potencial (energía de enlace) en una forma de energía utilizable, ya sea en forma de calor (energía térmica) o en energía mecánica (como en motores térmicos). Como residuos de esta reacción, se producen calor (energía térmica), dióxido de carbono y posiblemente otros compuestos químicos. (Jara, 2011)

b. Depreciación. La depreciación es una reducción periódica del valor de un activo, ya sea tangible o intangible. Esta disminución del valor puede deberse a tres razones fundamentales: el desgaste causado por el uso, el transcurso del tiempo y el envejecimiento del activo. (García, D. 2012)

c. Egreso. Egreso se refiere a toda salida de dinero que se produce en una empresa o entidad. En términos financieros, representa la salida de recursos económicos para cumplir con algún compromiso de pago. (García D. , 2012)

d. Galón La unidad de volumen para medir líquidos descrita corresponde a un galón. En el Reino Unido, un galón equivale a 4,546 litros, mientras que en los Estados Unidos, un galón se establece en 3,785 litros. (Diccionario de ALEGSA, 2022)

e. Ganancia. La ganancia es el beneficio o la utilidad que se obtiene a partir de una inversión o una transacción. Suele calcularse restando el costo de los insumos y la depreciación del valor del producto vendido, y luego sustraer el pago de los factores empleados, como salarios, intereses y alquileres. Este concepto refleja el rendimiento obtenido tras deducir los costos asociados a la operación o producción. (Jara, 2011)

f. Gasto. Un gasto se refiere a la salida de dinero que una persona o empresa realiza para obtener un bien o servicio. Aunque existe una diferencia fundamental entre el gasto de una persona y el de una empresa: la empresa, al generar ingresos, puede recuperar el dinero



invertido, por lo que, en este contexto, no se considera como un gasto en el mismo sentido que cuando se habla de los desembolsos de una persona. En el caso de la empresa, se considera más como una inversión, ya que se utiliza para generar ingresos futuros (Garcia, D. 2012)

g. Ingreso. Un ingreso se define como un aumento en los recursos económicos de una entidad. Se relaciona con la recuperación de un activo en términos contables, reflejando un incremento en los activos o una disminución de los pasivos. (Garcia, D. 2012)

h. Mano de obra. Mano de obra se refiere al trabajo humano que los operarios realizan cuando están asociados a lotes o órdenes de fabricación específicos. Cuando se identifica claramente con la producción de un artículo específico, se le considera como mano de obra directa para fines de costeo. (Ramirez, Garcia, & Pantoja, 2010)

i. Precio de venta. es el valor monetario asignado a un producto o servicio. Este precio se establece como la cantidad de dinero que el comprador o cliente debe pagar para adquirir dicho producto o servicio” (Armstrong & Kotler, 2013)

j. Rentabilidad. es la capacidad de una inversión o actividad económica para generar beneficios o ganancias. Es la medida de eficiencia con la que se utiliza el capital o los recursos disponibles para obtener un rendimiento económico. (Garcia, D. 2012)

k. Servicentro. hace referencia a un establecimiento dedicado a proporcionar combustible para vehículos de motor. En estos lugares se venden diversos tipos de combustibles, y generalmente también se ofrecen servicios adicionales, como revisión de aceite, mantenimiento básico del automóvil, limpieza de parabrisas, entre otros. (Acepciones, 2022)

l. Utilidad. La utilidad es la medida de satisfacción del consumidor al obtener un producto. (Pérez & Martínez, El Precio, tipos y estrategias de fijacion de precios, 2006)

2.5 Hipótesis



2.5.1 Hipótesis general

Existe relación entre la determinación de los costos operativos y la fijación de precio de venta en empresas distribuidores de Combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo – 2020.

2.5.2 Hipótesis específicas

a. Existe relación entre los costos fijos y la demanda en empresas distribuidores de Combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo – 2020.

b. Existe relación entre los costos variables y la oferta en empresas distribuidores de Combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo – 2020.

2.6 Variables

2.6.1 Identificación de variables

Variable 1

Costos Operativos. Los costes operativos, también conocidos como costes de operación o costes operacionales son el tipo de costes en los que incurre una empresa en el desarrollo de la propia actividad del negocio. (Hurtado, 2017)

Variable 2

Fijación de precios

Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o un servicio. En términos más generales, el precio es la suma de todos los valores a los que renuncia el cliente para obtener los beneficios de tener o utilizar un producto o servicio (Armstrong & Kotler, 2013)



2.6.2 Operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Variable 1 Costos Operativos	Los costes operativos, también conocidos como costes de operación o costes operacionales son el tipo de costes en los que incurre una empresa en el desarrollo de la propia actividad del negocio. (Hurtado, 2017)	Para la definición operacional de la variable Costos operativos, se ha tomado en cuenta como instrumento a Cuestionario cuyas preguntas o Items se orientaron a las dimensiones como: Costos fijos y costos variables, tomando en cuenta los indicadores de cada dimensión. (Hurtado, 2017)	Costos Fijos Pollimeni, Fabozzi, Adelberg & Kole (1997)	Variación de un periodo de tiempo
			Costos Variables Pollimeni, Fabozzi, Adelberg & Kole (1997)	Costos Cambiantes
Variable 2 Fijación de Precios	Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o un servicio. En términos más generales, el precio es la suma de todos los valores a los que renuncia el cliente para obtener los beneficios de tener o utilizar un producto o servicio (Armstrong & Kotler, 2013)	Para la definición operacional de la variable Fijación de precios, se ha tomado en cuenta como instrumento a Cuestionario cuyas preguntas o Items se orientaron a las dimensiones como: Demanda y oferta, tomando en cuenta los indicadores de cada dimensión. Kotler, 2013	Demanda (Armstrong & Kotler, Fundamentos de Marketing, 2013).	Cantidad Calidad De Bienes
			Oferta (Armstrong & Kotler, Fundamentos de Marketing, 2013).	Precios Mercado



Capítulo III: Método de Investigación

3.1 Enfoque de investigación

El trabajo de investigación adopta un enfoque cuantitativo, ya que se empleó el análisis estadístico para explorar los Costos Operativos y la Fijación de Precios en las empresas distribuidoras de combustible, con el estudio de caso del "Grifo Rojas Álvarez Justina". Además, se realizaron contrastes para evaluar la hipótesis planteada en la investigación (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

3.2 Alcance del estudio

Este estudio tiene un alcance correlacional, dado que busca demostrar la relación entre las variables analizadas, específicamente los Costos Operativos y la Fijación de Precios en las empresas distribuidoras de combustible, utilizando como caso de estudio el "Grifo Rojas Álvarez Justina (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

3.3 Diseño de investigación

Este trabajo de investigación tiene un diseño no experimental, ya que no se manipularon las variables. En cambio, se observaron los hechos y fenómenos tal como se presentaron en la realidad, analizándolos con un enfoque longitudinal en la recolección de datos del estudio sobre los Costos Operativos y la Fijación de Precios en las empresas distribuidoras de combustible, tomando como caso de estudio el "Grifo Rojas Álvarez Justina" (Carrasco, 2017)

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

La población de este estudio estuvo conformada por 5 directivos relacionados con las actividades de las empresas distribuidoras de combustible, con el caso específico del "Grifo Rojas Álvarez Justina". (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)



3.4.2 Muestra

La muestra fue seleccionada a través de un método de muestreo no probabilístico, utilizando como referencia el total de la población, compuesta por 5 directivos que ocupan distintos roles en el ámbito del Grifo Rojas Álvarez Justina, incluyendo el gerente propietario, el contador, el administrador, el asistente contable y el asistente administrativo. Además, se llevaron a cabo análisis de documentos, como la hoja de costos operativos.

3.5 Técnica e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas y herramientas empleadas para recopilar y procesar la información, buscando alcanzar los objetivos de esta investigación, incluyeron lo siguiente:

3.5.1 Técnica

- Encuesta.
- Análisis de documentos.

3.5.2 Instrumentos

- Cuestionario
- Ficha de análisis documental

3.6 Validez y confiabilidad de instrumentos

Para asegurar la validez y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos, se validaron mediante el juicio de expertos, los cuales incluyeron un especialista en el área de investigación, un metodólogo y un estadístico.

3.7 Procesamientos de datos

En el procesamiento y análisis de los datos, se empleó la estadística descriptiva y se llevaron a cabo utilizando el programa Excel y la última versión del SPSS, siguiendo las pautas y el formato establecidos por el Manual APA, 7ma edición del 2020. (Manual APA, 2020)



Capítulo IV: Resultados de la investigación

4.1 Resultados de los objetivos específicos

4.1.1 Resultados del objetivo específico a)

Establecer la relación que existe entre los costos fijos y la demanda en las empresas distribuidores de Combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo – 2020.

4.1.1.1 Variable: Costos Operativos. Dimensión: Costos Fijos

Tabla 1

Considera los gastos por sueldo del contador.

Sueldo del Contador	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces		
Casi nunca	2	40.00
Nunca	3	60.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario.

En la tabla a la pregunta ¿Con qué frecuencia usted para obtener el precio de venta del producto de combustible considera los gastos del sueldo de un contador? de 5 encuestados, 3 de los encuestados indicaron Nunca con una representación del 60%, 2 de los encuestados indicaron Casi siempre con una representación del 40%, esto indica que la gran parte de los encuestados no consideran los gastos del contador para la Fijación de Precios del Combustible.



Tabla 2

Considera los gastos por sueldo del administrador.

Sueldo del Administrador	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces		
Casi nunca	1	20.00
Nunca	4	80.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario.

En la tabla a la pregunta ¿Con que frecuencia usted considera el precio venta del producto de combustible con los gastos del sueldo de un Administrador?, de los 5 encuestados, 4 indicaron Nunca con una representación del 80%, 1 encuestado indicó Casi nunca con una representación del 20%, esto quiere decir para la Fijación de Precios en su mayoría no se considera el sueldo del administrador.



Tabla 3

Considera los gastos por sueldo del asistente administrativo.

Sueldo del Asistente Administrativo	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces		
Casi nunca	3	60.00
Nunca	2	40.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario.

En la tabla a la pregunta ¿Con que frecuencia usted considera el precio venta del producto de combustible con los gastos del sueldo de un Asistente Administrativo?, de los 5 encuestados, 2 indicaron Casi nunca con una representación del 40%, 3 encuestados indicaron Casi nunca con una representación del 60%, esto indica que la gran parte de los encuestados no consideran los gastos del Asistente Administrativo para la Fijación de Precios del Combustible.



Tabla 4

Considera los gastos por sueldo del auxiliar administrativo.

Sueldo del Auxiliar Administrativo	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces		
Casi nunca		
Nunca	5	100.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Con que frecuencia usted considera el precio venta del producto de combustible con los gastos del sueldo de un Auxiliar Administrativo? de los 5 encuestados, 5 indicaron Nunca con una representación del 100%, esto quiere decir que en su totalidad no considera el sueldo del Auxiliar Administrativo para la Fijación del Precio de Venta del Combustible.



Tabla 5

Considera los gastos por sueldo del asistente contable.

Sueldo del Asistente Contable	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces	1	20.00
Casi nunca	2	40.00
Nunca	2	40.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Con que frecuencia usted considera en el precio venta del producto del combustible con los gastos del sueldo del Asistente Contable? de los 5 encuestados, 2 indicaron Nunca con una representación del 40%, 2 indicaron Casi Nunca con una representación del 40%, esto quiere decir que la gran mayoría no considera el sueldo de los Asistentes Contables para la Fijación del Precio de Venta del Combustible.



Tabla 6

Considera los gastos por sueldo del auxiliar contable.

Sueldo del Auxiliar Contable	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces		
Casi nunca		
Nunca	5	100.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Con que frecuencia usted considera el precio venta del producto de combustible con los gastos del sueldo del Auxiliar Contable? de los 5 encuestados, 5 indicaron Nunca con una representación del 100%, esto quiere decir que en su totalidad no consideran el sueldo del Auxiliar Contable para la Fijación del Precio del Combustible.



Tabla 7

Considera los gastos por pago del alquiler.

Pago del Alquiler	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces		
Casi nunca		
Nunca	5	100.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Con que frecuencia usted considera el pago del alquiler para obtener los gastos administrativos que son considerados en la empresa? de los 5 encuestados, 5 indicaron Nunca con una representación del 100%, esto quiere decir que en su totalidad no se considera el pago de alquiler para determinar los gastos administrativos.



Tabla 8

Considera los gastos por Software Contable.

Software Contable	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces	1	20.00
Casi nunca	2	40.00
Nunca	2	40.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Con que frecuencia usted considera para deducir el precio de venta del combustible para el pago del Software Contable? de los 5 encuestados, 2 indicaron Casi nunca con una representación del 40%, 2 indicaron Nunca con una representación del 40%, esto quiere decir que en su mayoría no se considera el pago del Software Contable para determinar el precio de venta el combustible.



Tabla 9

Considera los gastos por pago de los griferos.

pago de los griferos	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces		
Casi nunca	3	60.00
Nunca	2	40.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Con que frecuencia usted considera para deducir el precio de venta del combustible el pago de los griferos? de los 5 encuestados, 2 indicaron Nunca con una representación del 40%, 3 indicaron Casi nunca con una representación del 60%, esto quiere decir que no se considera el pago de los griferos para determinar el precio de venta del combustible.



Tabla 10

Considera los gastos por pago del almacenero.

pago del almacenero	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces		
Casi nunca	3	60.00
Nunca	2	40.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Con que frecuencia usted considera el precio venta del producto del combustible con los gastos del sueldo de un almacenero? de los 5 encuestados, 3 indicaron Casi nunca con una representación del 60%, 2 indicaron Nunca con una representación del 40%, esto quiere decir en su mayoría no se considera los gastos del sueldo del almacenero para deducir el precio de venta del combustible.



Tabla 11

Considera los gastos por sueldo de la secretaria.

Sueldo de la Secretaria	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces		
Casi nunca	3	60.00
Nunca	2	40.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Con que frecuencia usted considera el precio venta del producto de combustible con los gastos del sueldo de una secretaria? de los 5 encuestados, 3 indicaron Casi nunca con una representación del 60%, 2 indicaron Nunca con una representación del 40%, esto quiere decir que en su gran mayoría afirma que no se considera el sueldo de una secretaria para fijar el precio de venta del combustible.



4.1.1.2 Variable: Fijación de precios. Dimensión: Demanda

Tabla 12

Satisfacción en la modalidad de adquisición de combustible.

Baja el precio	N°	%
Siempre		
Casi siempre	1	20.00
A veces	3	60.00
Casi nunca	1	20.00
Nunca		
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Usted se siente satisfecho por la modalidad de la adquisición de combustible? de los 5 encuestados que son un 100%, 3 encuestados indicaron A veces con una representación de 60%, 1 indicaron Casi Siempre con una representación de 20%, esto quiere decir solo una parte de los encuestados afirma que se siente satisfecho por la modalidad de adquisición del combustible.



Tabla 13

Satisfacción de necesidades primarias y secundarias.

Necesidades primarias y secundarias	N°	%
Siempre		
Casi siempre	1	20.00
A veces		
Casi nunca	4	80.00
Nunca		
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Usted cree que al adquirir su combustible satisface sus necesidades primarias y secundarias? de los 5 encuestados que son un 100%, 4 encuestados indicaron Casi nunca con una representación de 80%, 1 indicó Casi siempre con una representación de 20%, esto quiere decir que la mayoría de los encuestados afirma que no satisface las necesidades primarias y secundarias al adquirir el combustible.



Tabla 14

Satisfacción de cliente por el precio de mercado del combustible.

Satisfacción de cliente	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces		
Casi nunca	1	20.00
Nunca	4	80.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Usted cree que al momento de fijar su precio en el mercado satisface al cliente? de los 5 encuestados que son un 100%, 4 encuestados indicaron Nunca con una representación del 80%, 1 encuestado indicó Casi nunca con una representación del 20%, esto quiere decir que nunca satisfacen al cliente al momento de fijar su precio de venta del combustible.



Tabla 15

En venta de combustible disminuye el precio cuando existe mayor demanda.

Disminuye precio a mayor demanda	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces		
Casi nunca	2	40.00
Nunca	3	60.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Cuándo existe mayor demanda usted disminuye el precio de venta del combustible? de los 5 encuestados que son un 100%, 3 encuestados indicaron Nunca con una representación del 60%, 2 encuestado indicó Casi nunca con una representación del 40%, esto quiere decir que casi nunca disminuyen el precio de venta del combustible cuando existe una mayor demanda.



Tabla 16

En venta de combustible incrementa el precio cuando existe mayor demanda.

Incrementa precio a mayor demanda	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces	1	20.00
Casi nunca		
Nunca	4	80.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Cuándo existe mayor demanda usted aumenta el precio de venta del combustible? de los 5 encuestados que son un 100%, 4 encuestados indicaron Nunca con una representación del 80%, 1 encuestado indicó A veces con una representación del 20%, esto quiere decir que nunca se aumenta el precio de venta del combustible cuando existe una mayor demanda.



4.1.2 Resultados del objetivo específico b)

Establecer la relación que existe entre los costos variables y la oferta en las empresas distribuidores de Combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo – 2020.

4.1.2.1 Variable: Costos Operativos. Dimensión: Costos Variables

Tabla 17

Considera el pago a cuenta del impuesto a la renta mensual.

Pago a cuenta de impuesto a la renta	N°	%
Siempre		
Casi siempre	1	20.00
A veces	1	20.00
Casi nunca	1	20.00
Nunca	2	40.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Con que frecuencia usted considera el pago a cuenta del impuesto a la renta mensual para determinar el precio venta del combustible? de los 5 encuestados, 2 encuestados indicaron Nunca con una representación del 40% y 1 indicaron A veces con una representación del 20%, esto quiere decir que la gran mayoría no considera el precio de venta del combustible para el pago a cuenta del Impuesto a la Renta.



Tabla 18

Considera el pago a cuenta del impuesto a la renta mensual.

Pago a cuenta de impuesto a la renta	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces	1	20.00
Casi nunca	1	20.00
Nunca	3	60.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Con que frecuencia usted considera el pago a cuenta del impuesto a la renta mensual para determinar el precio venta del combustible? de los 5 encuestados que son un 100%, 3 encuestados indicaron Nunca con una representación del 60% y 1 indicaron Casi nunca con una escala de representación del 20%, esto quiere decir que no se considera el pago a cuenta del Impuesto a la Renta para determinar el precio de venta del combustible.



Tabla 19

Considera el Fondo de Inclusión Social Energético.

Fondo de inclusión social energético	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces		
Casi nunca		
Nunca	5	100.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Con que frecuencia usted considera el FISE (Fondo de Inclusión Social Energético) de para determinar el precio de venta del combustible? de los 5 encuestados que representa el 100%, 5 encuestados indicaron Nunca con una representación del 100%, esto quiere decir que la gran mayoría no se considera el FISE (Fondo de Inclusión Social Energético) para determinar el precio de venta del combustible.



Tabla 20

Considera el Transporte o flete.

Transporte o flete	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces		
Casi nunca	1	20.00
Nunca	4	80.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario.

En la tabla a la pregunta ¿Con que frecuencia usted considera el transporte o flete de combustible para deducir el precio de venta del combustible? de los 5 encuestados que representa el 100%, 4 encuestados indicaron Nunca con una representación del 80% y 1 indicaron Casi nunca con una representación del 20%, esto quiere decir que en su mayoría no se considera el pago del transporte por concepto de traslado del combustible para determinar el precio de venta del combustible.



Tabla 21

Considera el Tipo de cambio.

Tipo de cambio	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces	1	20.00
Casi nunca	2	40.00
Nunca	2	40.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Con que frecuencia usted considera el tipo de cambio (dólar) para determinar el precio de venta del combustible? de los 5 encuestados que son un 100%, 2 encuestados indicaron Nunca con una representación del 40%, 2 indicaron Casi nunca con una representación del 40%, 1 indicaron A veces con una representación de 20%, según los datos obtenidos, la gran mayoría afirma que no consideran el tipo de cambio (dólar) para determinar el precio de venta del combustible.



4.1.2.2 Variable: Fijación de precios. Dimensión: Oferta

Tabla 22

Para la venta de combustible usted fija sus precios de acuerdo al mercado.

De acuerdo al mercado	N°	%
Siempre		
Casi siempre	1	20.00
A veces		
Casi nunca		
Nunca	4	80.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Para la venta de combustible usted fija sus precios de acuerdo al mercado? de los 5 encuestados que representa el 100%, 4 encuestados indicaron Nunca con una representación del 80%, 1 indicaron Casi siempre con una representación del 20%, esto quiere decir que la gran mayoría no considera el mercado como una fuente para fijar el precio del combustible.



Tabla 23

Para la venta de combustible usted fija sus precios con el gerente.

Con el gerente	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces		
Casi nunca	1	20.00
Nunca	4	80.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Para la venta de combustible usted fija su precio de venta con el gerente? de los 5 encuestados que son un 100%, 4 encuestados indicaron Nunca con una representación del 80%, 1 indicaron Casi nunca con una representación del 20%, esto quiere decir que en su mayoría no se considera al gerente para fijar el precio de venta del combustible.



Tabla 24

Para la venta de combustible usted fija sus precios con el contador.

Con el contador	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces	1	20.00
Casi nunca	2	40.00
Nunca	2	40.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Para la venta de combustible usted fija su precio de venta con el contador? de los 5 encuestados que son un 100%, 2 encuestados indicaron Nunca con una representación de 40%, 2 indicaron Casi nunca con una representación de 40%, 1 indicaron A veces con una representación de 20%, esto quiere decir que en su mayoría no consideran al contador para fijar el precio de venta del combustible.



Tabla 25

Para la venta de combustible usted fija sus precios con el administrador.

Con el administrador	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces	2	40.00
Casi nunca	1	20.00
Nunca	2	40.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Para la venta de combustible usted fija su precio de venta con el Administrador? de los 5 encuestados que son un 100%, 2 encuestados indicaron Nunca con una representación del 40%, 1 indicaron Casi nunca con una representación del 20%, 2 indicaron A veces con una representación del 40%, esto quiere decir que en su mayoría casi nunca consideran al Administrador para fijar el precio de venta del combustible.



Tabla 26

Para la venta de combustible usted fija sus precios con la secretaria.

Con la secretaria	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces		
Casi nunca	3	60.00
Nunca	2	40.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Para la venta de combustible usted fija su precio de venta con la secretaria? de los 5 encuestados que son un 100%, 3 encuestados indicaron Casi nunca con una representación del 60%, 2 indicaron Nunca con una representación de 40%, esto quiere decir que en su mayoría no se considera a la secretaria para establecer el precio de venta del combustible.



Tabla 27

Para venta de combustible fija precios deduciendo Costos Fijos y Variables.

Deduce Costos Fijos y Variables	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces		
Casi nunca	3	60.00
Nunca	2	40.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Para la venta de combustible usted fija sus precios deduciendo sus Costos Fijos y Costos Variables? de los 5 encuestados que representa el 100%, 3 encuestados indicaron Casi nunca con una representación del 60%, 2 indicaron Nunca con una representación del 40%, esto quiere decir que en su mayoría no consideran la deducción de los Costos Fijos y variables para fijar los precios de venta del combustible.



Tabla 28

Para la venta de combustible sube el precio cuándo existe mayor Oferta.

Sube el precio	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces		
Casi nunca	2	40.00
Nunca	3	60.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Cuándo existe mayor Oferta usted sube el precio de venta del combustible? de los 5 encuestados que representa el 100%, 3 encuestados indicaron Nunca con una representación del 60%, 2 indicaron Casi nunca con una representación del 40%, esto quiere decir que en su mayoría afirman que cuando existe una mayor Oferta no se sube el precio de venta del combustible.



Tabla 29

Para la venta de combustible baja el precio cuándo existe mayor Oferta.

Baja el precio	N°	%
Siempre		
Casi siempre		
A veces		
Casi nunca		
Nunca	5	100.00
Total	5	100.00

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Comentario:

En la tabla a la pregunta ¿Cuándo existe mayor Oferta usted baja el precio de venta del combustible? de los 5 encuestados que son un 100%, 5 encuestados indicaron Nunca con una representación del 100%, esto quiere decir que en su totalidad afirma que cuando existe una mayor Oferta, no se baja el precio de venta del combustible.



4.2 Resultados respecto al objetivo general

Establecer la relación que existe entre la determinación de los costos operativos y la fijación de precio de Venta en las empresas distribuidores de Combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo – 2020.

Prueba de normalidad de variables

4.2.1 Prueba de normalidad de los Costos Operativos

1. Planteamiento de hipótesis

H_0 : Las puntuaciones de los Costos Operativos tienen distribución aproximadamente normal.

H_1 : Las puntuaciones de los Costos Operativos difieren de la distribución aproximadamente normal.

1. Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

2. Prueba estadística: Shapiro-Wilk ($n < 50$)

Tabla 30

Pruebas de normalidad de la variable Costos Operativos.

Variables	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl.	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Total Costos Operativos	,237	05	,023	,856	05	,021
Total precio de venta	,225	05	,039	,794	05	,003

Nota: a. Corrección de significación de Lilliefors

Comentario:

1. Comparación:

$$p - \text{valor} = 0.021 < \alpha = 0.05$$

2. Decisión y conclusión: Rechazo la hipótesis nula, concluimos, que las puntuaciones de los costos operativos difieren de la distribución normal.



4.2.2 Prueba de normalidad del Precio de Venta

1. Planteamiento de hipótesis

H_0 : Las puntuaciones de los precios de venta tienen distribución aproximadamente normal.

H_1 : Las puntuaciones de los precios de venta difieren de la distribución aproximadamente normal.

2. Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

3. Prueba estadística: Shapiro-Wilk ($n < 50$)

Tabla 31

Pruebas de normalidad de la variable Precio de venta.

Variables	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl.	Sig.	Estadístico	Gl.	Sig.
Total Costos Operativos	,237	05	,023	,856	05	,021
Total precio de venta	,225	05	,039	,794	05	,003

Nota: a. Corrección de significación de Lilliefors

Análisis e interpretación.

1. Comparación:

$$p\text{-valor} = 0.003 < \alpha = 0.05$$

2. Decisión y conclusión: Rechazo la hipótesis nula, concluimos, que las puntuaciones de los precios de venta difieren de la distribución normal.



4.3 Cuadro de Determinación de Costos Operativos

Ventas de Mercaderías	2,064,728
(-) Compra de mercaderías	1734481
(-) Variación de mercaderías	330247
MARGEN COMERCIAL	330247
(-) Gastos de servicios prestados por terceros	0
VALOR AGREGADO	330247
(-) Gasto de personal, directores y gerentes	191938
(-) Gastos tributos	0
EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACION	138309
(+) Otros ingresos de Gestión	0
(-) Otros Gastos de Gestión	0
(-) Valuación y deterioro de activos y provisiones	0
RESULTADO DE EXPLOTACION	138309
(+) Ingresos Financieros	0
(-) Gastos Financieros	0
RESULTADOS ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	2,064,728
participaciones de los trabajadores por pagar
Impuesto a la Renta 30% de 2064728	(619,418.4)
RESULTADOS ANTES DEL INTERES MINORITARIO	1,445,309.6
Interés minoritario
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	1,445,309.6
(-) Reserva Legal 10% de 1,445,309.6	(144,530.96)
RESULTADO DEL EJERCICIO	1,300,778.64



4.4 Cuadro de Fijación de Precios

CUADRO DE COMPRAS			
DESCRIPCION	CANT. GALON	COMPRA UNITARIA	TOTAL SOLES
GASOLINA 84	204056.6 GALONES	8.50	1,734,481.00
PETROLEO DIESEL S50	204056.6 GALONES	8.50	1,734,481.00

CUADRO DE VENTAS			
DESCRIPCION	CANT. GALON	VENTAS UNITARIA	TOTAL SOLES
GASOLINA 84	188005.6 GALONES	11.00	2,068,061.60
PETROLEO DIESEL S50	188005.6 GALONES	12.00	2,256,067.20

4.5 Considerar la demostración de los tres elementos de costo variables: mercadería y mano de obra y costos indirectos (ISC IGV)

Mercadería:

El costo de la mercadería se refiere al valor de los productos o materiales que se adquieren para la venta o para su uso en el proceso de producción. Para demostrar este elemento de costo, se debe llevar un registro de las compras de mercadería durante un período determinado. Este registro debe incluir la cantidad de mercadería adquirida, el costo unitario de cada producto y el costo total de la compra. Al final del período, se suma el costo total de todas las compras realizadas para obtener el costo total de la mercadería adquirida en ese período.

Mano de obra:

El costo de la mano de obra son los salarios y beneficios pagados a los empleados que participan directamente en el proceso de producción o en la prestación de servicios. Para demostrar este elemento de costo, se debe llevar un registro de los salarios y beneficios



pagados a los empleados durante un período determinado. Este registro debe incluir el nombre del empleado, la cantidad de horas trabajadas, la tarifa horaria o el salario mensual y el costo total de la mano de obra. Al final del período, se suman los costos totales de la mano de obra de todos los empleados para obtener el costo total de la mano de obra en ese período.

Costos indirectos (ISC IGV):

Los costos indirectos incluyen los gastos generales de la empresa que no se pueden asignar directamente a un producto o servicio específico, como el alquiler, los servicios públicos, los seguros, los impuestos, etc. Para demostrar este elemento de costo, se deben identificar y registrar todos los costos indirectos incurridos durante un período determinado. Estos costos deben ser acumulados y distribuidos utilizando una base de asignación adecuada, como el porcentaje de ventas, la cantidad de horas de mano de obra directa, etc. Al final del período, se suma el costo total de los costos indirectos distribuidos para obtener el costo total de los costos indirectos en ese período.

Cuadro de determinación de costos operativos

A continuación, te presento un ejemplo de un cuadro de determinación de costos operativos:

Elemento de Costo	Descripción
Materias Primas	Costo de los materiales utilizados en la producción.
Mano de Obra Directa	Salarios y beneficios pagados a los trabajadores que participan directamente en la producción.
Gastos de Fabricación	Gastos indirectos relacionados con la producción, como alquiler, servicios públicos, seguros, etc.
Gastos de Ventas	Gastos asociados con la promoción y venta de los productos o servicios.



Gastos Administrativos	Gastos relacionados con la gestión y administración de la empresa.
Otros Gastos	Otros gastos operativos no incluidos en las categorías anteriores.
Total de Costos Operativos	Suma de todos los costos operativos mencionados anteriormente.



Este cuadro te permitirá visualizar los diferentes elementos de costo que conforman los costos operativos de tu negocio, estos elementos pueden variar según el tipo de negocio y las prácticas contables específicas de cada empresa. Es importante tener un registro preciso de los costos operativos para realizar análisis financieros y tomar decisiones informadas sobre la gestión de tu negocio.

Cuadro que demuestre la fijación de precios

ejemplo de un cuadro que demuestra la fijación de precios:

Elementos de Costo	Descripción
Costo de Producción	Costo total de producción de un producto o servicio, incluyendo materias primas, mano de obra directa y gastos indirectos de fabricación.



Gastos Operativos	Gastos necesarios para operar el negocio, como gastos de ventas, gastos administrativos, publicidad, etc.
Margen de Ganancia	Porcentaje o cantidad de ganancia deseada por encima de los costos para obtener beneficios.
Precio de Venta	Precio al que se venderá el producto o servicio.

El ISC

es un impuesto indirecto que se aplica sobre la venta o consumo de determinados productos considerados como "de lujo" o que puedan tener un impacto negativo en la salud o el medio ambiente. Estos productos pueden incluir bebidas alcohólicas, cigarrillos, combustibles, vehículos de lujo, entre otros. El ISC se aplica como un porcentaje adicional al precio de venta de estos productos y tiene como objetivo desincentivar su consumo y generar ingresos fiscales.

Por otro lado, el IGV es un impuesto que se aplica sobre la venta de bienes y servicios en general. Es un impuesto de naturaleza amplia que grava prácticamente todas las transacciones comerciales, excepto algunas excepciones y exoneraciones establecidas por la legislación fiscal. El IGV se aplica como un porcentaje adicional al precio de venta de los bienes y servicios y es recaudado por el vendedor para posteriormente ser entregado al gobierno.

Ambos impuestos, el ISC y el IGV, son utilizados por los gobiernos para recaudar ingresos fiscales y financiar el funcionamiento del Estado y la prestación de servicios públicos. Es importante tener en cuenta que las tasas y la aplicación de estos impuestos pueden variar según cada país y su legislación tributaria específica.



Capítulo V: Discusión

5.1 Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos.

5.1.1 Hallazgos respecto a los objetivos específicos

5.1.1.1 Prueba de hipótesis específica a)

Planteamiento de hipótesis

H_0 : No existe relación entre los costos fijos y la demanda en empresas distribuidores de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020.

H_1 : Existe relación entre los costos fijos y la demanda en empresas distribuidores de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020.

1. Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

2. Estadístico de prueba: Rho de Spearman

Tabla 32

Prueba de hipótesis de la correlación de los Costos Fijos y la Demanda.

Dimensiones		Puntuaciones Costos Fijos	Puntuaciones de la Demanda
Rho de Spearman	Puntuaciones Costos Fijos	1,000	,247
	Sig. (bilateral)	.	,375
	N	05	05
	Puntuaciones de la Demanda	,247	1,000
	Sig. (bilateral)	,375	.
	N	05	05

Nota: Resultados obtenidos del procesamiento de datos

Análisis e interpretación.

1. Comparación

$$p - \text{valor} = 0.375 > \alpha = 0.05$$

2. Decisión y conclusión



Aceptamos la hipótesis nula, y concluimos que, no existe relación lineal entre las puntuaciones de Costos Operativos y las Puntuaciones de la Demanda en las empresas distribuidoras de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina# de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020.

El análisis a través del coeficiente de correlación de Rho Spearman indica una correlación baja directa y significativa para las variables puntuaciones de costos operativos y las puntuaciones de la demanda ($\rho = 0.247$, $p\text{-valor} = 0.375$).

5.1.1.2 Prueba de hipótesis específica b)

Planteamiento de hipótesis

H_0 : No Existe relación entre los costos variables y la oferta en empresas distribuidores de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020.

H_1 : Existe relación entre los costos variables y la oferta en empresas distribuidores de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020.

1. Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

2. Estadístico de prueba: Rho de Spearman

Tabla 33

Prueba de hipótesis de la correlación de los Costos Variables y la Oferta.

Dimensiones		Puntuaciones Costos Variables	Puntuaciones de la Oferta
Rho de Spearman	Puntuaciones Costos Variables	1,000	,967**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	05
Rho de Spearman	Puntuaciones de la Oferta	,967**	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	05

Nota: **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Análisis e interpretación.



1. Comparación

$$p\text{-valor} = 0.000 < \alpha = 0.05$$

2. Decisión y conclusión

Rechazamos la hipótesis nula, y concluimos que, existe relación lineal alta y significativa entre las puntuaciones de costos variables y las puntuaciones de la oferta en las empresas distribuidoras de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020.

El análisis a través del coeficiente de correlación de Rho Spearman indica una correlación alta directa y significativa para las variables puntuaciones de los costos variables y las puntuaciones de la oferta ($\rho = 0.967$, $p\text{-valor} = 0.000$).

5.1.2 Hallazgos respecto al objetivo general

Prueba de hipótesis general

Planteamientos de hipótesis

H_0 : No existe relación entre la determinación de los costos operativos y la fijación de precio de venta en empresas distribuidores de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020.

H_1 : Existe relación entre la determinación de los costos operativos y la fijación de precio de venta en empresas distribuidores de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020.

1. Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

2. Estadístico de prueba: Rho de Spearman



Tabla 34

Pruebas de normalidad de las variables Costos Operativos y Precio de venta.

Variables		Puntuaciones Costos Operativos	Puntuaciones precio de venta
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,947**
	Puntuaciones Costos Operativos		
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	05	05
	Coeficiente de correlación	,947**	1,000
	Puntuaciones precio de venta		
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	05	05

Nota: **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Análisis e interpretación.

1. Comparación

$$p\text{-valor} = 0.000 < \alpha = 0.05$$

2. Decisión y conclusión

Rechazamos la hipótesis nula, y concluimos que, existe relación lineal alta y significativa entre los costos operativos y la fijación de precio de venta en empresas distribuidores de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020.

El análisis a través del coeficiente de correlación de Rho Spearman indica una correlación alta directa y significativa para las Puntuaciones de la Variable Costos Operativos y las Puntuaciones de la Variable Precio de Venta ($\rho = 0.947$, $p\text{-valor} = 0.000$).

5.2 Limitaciones del estudio

En cuanto al acceso de la información y/o data, no se tuvo ninguna limitación, puesto que existen antecedentes, internacionales, nacionales locales, relacionados con el tema de la presente investigación, así como los integrantes de la muestra brindaron la información de manera voluntaria.

Para el desarrollo de la presente investigación no ha existido ninguna limitación económica, pues todos gastos irrogados fueron cubiertos por los tesisistas en su integridad.



En el aspecto metodológico, ha sido guiado por el asesor de tesis de manera satisfactoria, por lo que el desarrollo de la investigación ha sido viable.

5.3 Comparación crítica con la literatura existente

Para los antecedentes de la investigación, tanto internacionales, nacionales y locales, se tomaron a varias investigaciones similares entre ellos a:

(Reino & Torres, 2018) En su tesis *“Modelo para la fijación de precios en la industria del comercio de Electrodomésticos aplicado a MARCIMEX”* para optar al grado de magister en administración de empresas en la Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca, Ecuador. Concluye la investigación: Para cualquier empresa en el mundo es de vital importancia saber fijar el mejor precio en el mercado y frente a su competencia de tal forma que le permita obtener mejores ventajas. Al comparar con los resultados podemos mencionar que efectivamente el precio de venta es fijado a través de la demanda y la oferta en el mercado, cuya teoría guarda relación con las dimensiones de nuestra variable fijación de precio de venta.

Por otro lado (Rojas D. , 2011) En su tesis *“Análisis de la fijación de precios de las Pyme del sector grafico en la ciudad de Quito”* para optar el grado de maestría en dirección de empresas de la Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador, cuyo problema de investigación ¿Cómo fijan los precios las PYME del sector gráfico en la ciudad de Quito? Presenta como uno de sus conclusiones: En lugares donde existe alta concentración de imprentas como en el sector de la calle Río de Janeiro y sus alrededores, el precio se lo fija principalmente en función de la competencia y en lugares alejados en el cual no existe mucha competencia alrededor, el precio es fijado en función de los costos de producción. Esta investigación tiene una similitud con los resultados de nuestra investigación pues, efectivamente los precios se fijan tomando en cuenta la competencia que existe en un mercado.



A su vez (Flores, 2016) En su tesis “*Costos y la fijación de precios de la castaña pelada en la ONG CANDELA – 2016*”. Se concluye que: Si existe Relación entre la variable costos y la dimensión determinación del precio con un nivel de significancia del 0.380 por lo que se rechaza la hipótesis nula. El coeficiente de determinación R chi cuadrado es de 0.144, es decir, que el 14.4% de los cambios observados en la dimensión determinación del precio son explicados por la variación de la variable costos. Estos resultados tienen una similitud con los resultados de nuestra investigación, en cuanto se refiere a la comprobación de hipótesis demostrando que existe una relación significativa entre costos y fijación de precios.

5.4 Implicancias del estudio

El presente trabajo de investigación contribuye con sus resultados a la empresa objeto de estudio así como a las demás empresas relacionadas al giro del negocio, permitiendo que de aplicarse sus conclusiones y recomendaciones estas podrán implementar y utilizar en su plan de cuentas las cuentas analíticas de gestión teniendo el control de los costos de acuerdo a su comportamiento en fijos y variables, lo que permitirá una adecuada fijación de precios de sus productos considerando la demanda y oferta en la zona donde opera la empresa.



Conclusiones:

1. De acuerdo a los resultados de la investigación concerniente a la relación que existe entre los costos fijos y la demanda, se ha establecido que No existe relación lineal entre las puntuaciones de costos fijos y las puntuaciones de la demanda en las empresas distribuidoras de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020, a través del análisis del coeficiente de correlación de Rho Spearman indica una correlación baja directa y significativa para las dimensiones puntuaciones de costos fijos y las puntuaciones de la demanda ($\rho = 0.247$, $p\text{-valor} = 0.375$).
2. De acuerdo a los resultados de la investigación concerniente a la relación que existe entre los costos variables y la oferta, se ha establecido que existe una relación lineal alta y significativa entre las puntuaciones de costos variables y las puntuaciones de la oferta en las empresas distribuidoras de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020, el análisis a través del coeficiente de correlación de Rho Spearman indica una correlación alta directa y significativa para las dimensiones puntuaciones de los costos variables y las puntuaciones de la oferta ($\rho = 0.967$, $p\text{-valor} = 0,000$).
3. De acuerdo a los resultados de la investigación concerniente a la relación que existe entre la determinación de costos operativos y la fijación de precio de venta, se ha establecido que existe una relación lineal alta y significativa entre las puntuaciones de la determinación de costos operativos y las puntuaciones de la fijación de precios en las empresas distribuidoras de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020, el análisis a través del coeficiente de correlación de Rho Spearman indica una correlación alta directa y significativa para



las variables puntuaciones de los costos operativos y las puntuaciones de la fijación de precio de venta ($\rho = 0.021$, $p\text{-valor} = 0,003$).



Recomendaciones:

1. Se recomienda a la empresa “Grifo Rojas AÁlvarez Justina” implementar documentos de gestión como herramientas que permitan identificar los costos fijos en que incurre la empresa a fin de considerarlos en la fijación de precios de venta de los combustibles, asimismo adecuar en el proceso contable el uso de las cuentas analíticas de gestión a fin de establecer los saldos por los costos fijos y que están intervengan conjuntamente con los directivos responsables de la empresa en la fijación de los precios de venta de los combustibles.
2. Se recomienda a la empresa “Grifo Rojas AÁlvarez Justina” implementar documentos de gestión como herramientas que permitan identificar los costos variables en que incurre la empresa a fin de considerarlos en la fijación de precios de venta de los combustibles, asimismo adecuar en el proceso contable el uso de las cuentas analíticas de gestión a fin de establecer los saldos por los costos variables y que están intervengan conjuntamente con los directivos responsables de la empresa en la fijación de los precios de venta de los combustibles.
3. Se recomienda a la empresa “Grifo Rojas AÁlvarez Justina” la contratación y/o capacitación de personal especialista en costos que fortalezca al área contable en la determinación de costos operativos que permitan la fijación de precios de venta que considere además de los costos fijos y variables, la estimación de la demanda y la oferta de combustibles en el mercado en el que se encuentra la empresa.



Bibliografía

- Acepciones. (15 de 01 de 2022). <https://acepciones.com/>. Obtenido de <https://acepciones.com/>: <https://acepciones.com/servicentro/>
- Andalucia, J. d. (2019). ESTRATEGIAS PARA LA FIJACION DEL PRECIO: NUEVOS PRECIOS PARA NUEVOS MERCADOS. *Andalucia emprende, Fundacion Publica Andaluza: Consejeria de empleo, formacion y trabajo autonomo*, 8-10.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). Fundamentos de Marketing. *Fijacion de Precios*. Mexico: Apolo S.A.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Mexico, Mexico: Apolo S.A.
- Bueno, M. (2014). *Los costos indirectos y su influencia en los precios, por aplicación de la metodología de costos basados en actividades en la industria de productos de concreto*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Carrasco, S. (2017). *Metodología de la investigación. Pautas metodologica para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: Editorial san Marcos.
- CEMPRO. (07 de enero de 2022). <https://sites.google.com/>. Obtenido de <https://sites.google.com/>: <https://sites.google.com/site/disenodeproyectosociales/capitulo-xii>
- Chambergro, I. (2012). El papel que desempeña la contabilidad de costos en la empresa. *Actualidad Empresarial*, N° 255.
- Diccionario de ALEGSA. (15 de 01 de 2022). <https://www.definiciones-de.com/>. Obtenido de <https://www.definiciones-de.com/>: <https://www.definiciones-de.com/Definicion/de/galon.php>
- Flores, G. (2016). *Costos y la fijación de precios de la castaña pelada en la ONG Candela - 2016*. Madre de Dios: Universidad Andina del Cusco.
- Garcia, D. (2012). *Diccionario contable*. Bogota: Informativa Editores.
- Garcia, J. (2008). *Contabilidad de Costos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mcgraw Hill Education.
- Horngren, C. T. (2012). *Contabilidad de Costos Un Enfoque Gerencial*. Mexico: Pearson Educación de Mexico SA.
- Hoyos, Á. (2017). *Contabilidad de Costos I*. Huancayo: Universidad Continental.
- Hurtado, C. (2017). *Contabilidad de Costos (PRIMERA EDICION ed., Vol. 01)*. LIMA, PERU: CALPA SAC.



- Jara, D. (2011). *Diccionario para Contadores*. Lima: FECAT E.I.R.L.
- Javier, C. (2016). *Sistema de costos por ordenes y su influencia en la fijación de precios de venta en la empresa Multiservicios ASAQUI E.I.R.L. Pacasmayo, 2016*. Trujillo: Universidad Privada del Norte.
- Lazo Palacios, M. (2013). *Contabilidad de Costos I*. Lima: Centro de Aplicacion Editorial Imprenta Union.
- Manual APA. (2020). *Manual de publicaciones de la American Sichologica Assoation*. Washington: 7ma edición.
- Mera, J. (2013). *Los Costos y su influencia en la fijacion de precios de las comidas y bebidas del restaurante de la hosteria Bascun en el año 2011*. Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Pérez , D., & Martínez , I. (2006). *El Precio,tipos y estrategias de fijacion de precios*. EOI, Escuela de Negocios.
- Pérez, D., & Martínez, I. P. (2006). *El Precio, tipos y estrategias de fijacion de precios*. EOI, Escuela de Negocios.
- Pérez, D., & Pérez, I. (2006). *El precio. Tipos y estrategias de fijación*. Madrid: EOI.
- Polimeni, R., Fabozzi, F., & Adelberg, A. (1997). *Contabilidad de Costos*. Colombia: McGraw-Hill.
- Polimeni, R., Fabozzi, F., Adelberg, A., & Kole, M. (1997). *Contabilidad de Costos*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Ramirez, C., Garcia, M., & Pantoja, C. (2010). *Fundamentos y Tecnicas de Costos*. Colombia: Universidad Libre, Sede Cartagena.
- Ramirez, C., Garcia, M., & Pantoja, R. (2010). *Fundamentos y Técnicas de Costos*. Colombia: Universidad Libre.
- Reino, A., & Torres, C. (2018). *Modelo para la fijación de precios en la industria del comercio de Electrodomesticos aplicado a Marcimex*. Ecuador: Universidad Politecnica Salesiana.
- Rojas, D. (2011). *Analisis de la fijacion de precios de las Pyme del sector grafico en la ciudad de Quito*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Rojas, R. (2007). *Sistema de costos un proceso para su implementacion*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Rojas, R. (2007). *Sistema de costos, un proceso para su implementación*. Manizales: Universidad nacional de Colombia.



Udolki, s. (2017). *Contabilidad de Costos y de Gestion*. Lima: Deposito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú.

Zeballos, E. (2011). *Contabilidad General*. arequipa: Ediciones Juve E.I.R.L.

Zevallos, E. E. (Agosto de 2012). *QUIPUKAMAYOC Revista de la Facultad de Ciencias Contables*. Obtenido de QUIPUKAMAYOC Revista de la Facultad de Ciencias Contables:
<http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/quipukamayoc/2012/V20n35-I/pdf/a02v35n1.pdf>



Apéndices

APENDICE 01: Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables y Dimensiones	Método
<p>Problema general ¿Cuál es la relación que existe entre la determinación de los Costos Operativos y la Fijación de Precio de Venta en las empresas distribuidores de Combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020?</p> <p>Problemas específicos a. ¿Cuál es la relación que existe entre los costos fijos y la demanda en las empresas distribuidores de Combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020? b. ¿Cuál es la relación que existe entre los costos variables y la oferta en las empresas distribuidores de Combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020?</p>	<p>Objetivo general. Establecer la relación que existe entre la determinación de los costos operativos y la fijación de precio de Venta en las empresas distribuidores de Combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo – 2020.</p> <p>Objetivos específicos a. Establecer la relación que existe entre los costos fijos y la demanda en las empresas distribuidores de Combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020. b. Establecer la relación que existe entre los costos variables y la oferta en las empresas distribuidores de Combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Región de Madre de Dios Periodo - 2020.</p>	<p>Hipótesis general Existe relación entre la determinación de los costos operativos y la fijación de precio de venta en empresas distribuidores de Combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo – 2020.</p> <p>Hipótesis específicos a. Existe relación entre los costos fijos y la demanda en empresas distribuidores de Combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo – 2020. b. Existe relación entre los costos variables y la oferta en empresas distribuidores de Combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la Provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo – 2020.</p>	<p>Variable 1 - Costos Operativos Dimensión 1 - Costos fijos Dimensión 2 - Costos variables</p> <p>Variable 2 - Fijación de Precio de Venta Dimensión 1 - Demanda Dimensión 2 - Oferta</p>	<p>Enfoque Cuantitativo Tipo Aplicada/Practica Alcance Correlacional Diseño No experimental Población Responsables y directivos de la empresa Muestra Constituida por 05 directivos y responsables Técnicas -Encuesta. -Recolección de documentos. Instrumentos -Cuestionario -Ficha de análisis documentario</p>



APENDICE 02: Matriz del instrumento

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems o reactivos	Escala Valorativa
Variable 1 Costos Operativos	Costos Fijos	Variación de un periodo de tiempo	1. ¿Con que frecuencia usted para obtener el precio de venta del producto de combustible considera los gastos del sueldo de un contador? 2. ¿Con que frecuencia usted considera el precio venta del producto de combustible con los gastos del sueldo de un Administrador? 3. ¿Con que frecuencia usted considera el precio venta del producto de combustible con los gastos del sueldo de un Asistente Contable? 4. ¿Con que frecuencia usted considera el pago del alquiler para obtener los gastos administrativos que son considerados en la empresa? 5. ¿Con que frecuencia usted considera para deducir el precio de venta del combustible el pago del software contable? 6. ¿Con que frecuencia usted considera para deducir el precio de venta del combustible el pago de los griferos?	Siempre Casi siempre A veces Casi nunca Nunca
	Costos Variables	Costos Cambiantes	7. ¿Con que frecuencia usted considera el pago a cuenta del impuesto a la renta mensual para determinar el precio venta del combustible? 8. ¿Con que frecuencia usted considera los servicios básicos para determinar el precio de venta del combustible? 9. ¿Con que frecuencia usted considera el FISE (Fondo de Inclusión Social Energético) de para determinar el precio de venta del combustible? 10. ¿Con que frecuencia usted considera el transporte o flete de combustible para deducir el precio de venta del combustible?	
Variable 2 Fijación de Precios	Demanda	Cantidad Calidad De Bienes	11. ¿Para la venta de combustible usted fija sus precios de acuerdo al mercado? 12. ¿Para la venta de combustible usted fija su precio de venta con el contador? 13. ¿Para la venta de combustible usted fija sus precios deduciendo sus Costos Fijos y Costos Variables? 14. ¿Cuándo existe mayor oferta usted sube el precio de venta del combustible? 15. ¿Cuándo existe mayor oferta usted baja el precio de venta del combustible?	
	Oferta	Precios Mercado	16. ¿Usted se siente satisfecho por la modalidad de la adquisición de combustible? 17. ¿Usted cree que al adquirir su combustible satisface sus necesidades primarias y secundarias? 18. ¿Usted cree que al momento de fijar su precio en el mercado satisface satisfactoriamente al cliente? 19. ¿Cuándo existe mayor demanda usted disminuye el precio de venta del combustible? 20. ¿Cuándo existe mayor demanda usted aumenta el precio de venta del combustible?	



APENDICE 03: Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario para la variable 1 Costos operativos

Empresa: Servicentro Rojas Álvarez Justina

Dirección: AA.HH Las Palmeras Mz A Lote 06-Iberia

Persona Encuestada:

Gerente General ()

Administrador ()

Contador ()

Asistente Contable ()

Asistente Administrativo ()

Sexo: Masculino () Femenino ()

Tiempo De Servicio:

La presente encuesta forma parte de un estudio de una tesis de una tesis de investigación, acerca de los **Costos Operativos**. Es muy importante que usted nos dé información de manera precisa y veraz. No hay respuestas buenas ni malas, lo que interesa es lo que usted exprese su acuerdo o desacuerdo con lo planteado. Su colaboración será decisiva para los propósitos del estudio. Toda información que usted nos brinda será absolutamente confidencial, lea detenidamente las proporciones de las siguientes páginas por favor contéstelas todas, marcando con una (X) la casilla que mejor indique su elección, conforme a la siguiente escala:

Escala de valoración

Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Variable 1. Costos operativos						
Dimensión 1 Costos Fijos		1	2	3	4	5
1	Con que frecuencia usted para obtener el precio de venta del producto de combustible considera los gastos del sueldo de un contador.					
2	Con que frecuencia usted considera el precio venta del producto de combustible con los gastos del sueldo de un Administrador.					
3	Con que frecuencia usted considera el precio venta del producto de combustible con los gastos del sueldo de un Asistente Administrativo.					



4	Con que frecuencia usted considera el precio venta del producto de combustible con los gastos del sueldo de un Auxiliar Administrativo.					
5	Con que frecuencia usted considera el precio venta del producto de combustible con los gastos del sueldo de los Asistente Contables.					
6	Con que frecuencia usted considera el precio venta del producto de combustible con los gastos del sueldo de los Auxiliares Contables.					
7	Con que frecuencia usted considera el pago del alquiler para obtener los gastos administrativos que son considerados en la empresa.					
8	Con que frecuencia usted considera para deducir el precio de venta del combustible con el pago del software contable.					
9	Con que frecuencia usted considera para deducir el precio de venta del combustible el pago de los griferos.					
10	Con que frecuencia usted considera el precio venta del producto de combustible con los gastos del sueldo de un almacenero.					
11	Con que frecuencia usted considera el precio venta del producto de combustible con los gastos del sueldo de una secretaria.					
	Dimensión 2 Costos Variables	1	2	3	4	5
12	Con que frecuencia usted considera el pago a cuenta del impuesto a la renta mensual para determinar el precio venta del combustible.					
13	Con que frecuencia usted considera los servicios básicos para determinar el precio de venta del combustible.					
14	Con que frecuencia usted considera el FISE (Fondo de Inclusión Social Energético) para determinar el precio de venta del combustible.					
15	Con que frecuencia usted considera el transporte o flete de combustible para deducir el precio de venta del combustible.					
16	Con que frecuencia usted considera el tipo de cambio (dólar) para determinar el precio de venta de combustible.					



Cuestionario para la variable 2 Precio de venta

Empresa: Servicentro Rojas Álvarez Justina

Dirección: AA.HH Las Palmeras Mz A Lote 06-Iberia

Persona Encuestada:

Gerente General ()

Administrador ()

Contador ()

Asistente Contable ()

Asistente Administrativo ()

Sexo: Masculino () Femenino ()

Tiempo De Servicio:

La presente encuesta forma parte de un estudio de una tesis de una tesis de investigación, acerca de los **Precios de venta**. Es muy importante que usted nos dé información de manera precisa y veraz. No hay respuestas buenas ni malas, lo que interesa es lo que usted exprese su acuerdo o desacuerdo con lo planteado. Su colaboración será decisiva para los propósitos del estudio. Toda información que usted nos brinda será absolutamente confidencial, lea detenidamente las proporciones de las siguientes páginas por favor contéstelas todas, marcando con una (X) la casilla que mejor indique su elección, conforme a la siguiente escala:

Escala de valoración

Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Variable 2 Precio de venta						
	Dimensión 1 Oferta	1	2	3	4	5
17	¿Para la venta de combustible usted fija sus precios de acuerdo al mercado?					
18	¿Para la venta de combustible usted fija su precio de venta con el gerente?					
19	¿Para la venta de combustible usted fija su precio de venta con el contador?					
20	¿Para la venta de combustible usted fija su precio de venta con el administrador?					
21	¿Para la venta de combustible usted fija su precio de venta con la secretaria?					



22	¿Para la venta de combustible usted fija sus precios deduciendo sus Costos Fijos y Costos Variables?					
23	¿Cuándo existe mayor oferta usted sube el precio de venta del combustible?					
24	¿Cuándo existe mayor oferta usted baja el precio de venta del combustible?					
	Dimensión 2 Demanda	1	2	3	4	5
25	¿Usted se siente satisfecho por la modalidad de la adquisición de combustible?					
26	¿Usted cree que al adquirir su combustible satisface sus necesidades primarias y secundarias?					
27	¿Usted cree que al momento de fijar su precio en el mercado satisface satisfactoriamente al cliente?					
28	¿Cuándo existe mayor demanda usted disminuye el precio de venta del combustible?					
29	¿Cuándo existe mayor demanda usted aumenta el precio de venta del combustible?					



APENDICE 04: Validacion de instrumentos

a) Carta solicitando validación de instrumentos

Asunto : Solicita validación de instrumento a través de juicio de expertos Cuestionario sobre: “**Determinación de Costos Operativos y la Fijación de Precio de Venta en empresas distribuidores de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo - 2020”**”

Señores : Dr.CPC. Juan C. Curiza Carrasco

: Mgt. CPC. Patricia Paredes Valverde

Ciudad.

Tenemos el agrado de dirigirnos a usted, para saludarle cordialmente y a la vez solicitar su participación como experto en la validación del instrumento (Cuestionario) que servirá para la elaboración de la tesis: “**Determinación de Costos Operativos y la Fijación de Precio de Venta en empresas distribuidores de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo -2020”**”; para optar al Título Profesional de Contador Público en la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Andina del Cusco. En este sentido solicitamos tengaa bien acceder a revisar los ítems correspondientes, para verificar si responde o no a los objetivos a medir y así también revisar la construcción gramatical; teniendo en cuenta su trayectoria profesional y solvencia académica en la materia, tenga a bien revisar los documentos adjuntos:

- Matriz de consistencia
- Matriz de instrumentos de recolección de datos
- Cuadro de operacionalización de variables

Por lo expuesto:

Deseamos contar con su valioso aporte académico que enriquecerá este proceso de investigación, hacemos extensivos nuestros sinceros saludos y gratitud.

Cusco, 13 de junio del 2021

Atentamente.

Fdo

Carlos Adán Zavalaga Zarate

DNI: 34216712



b) Ficha de validación de instrumentos

TEMA: “Determinación de Costos Operativos y la Fijación de Precio de Venta en empresas distribuidores de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo -2020”

Nombre del Instrumento: Cuestionario

Nombres de Validadores: Dr. CPC. Juan C. Curiza Carrsaco y Mgt. CPC. Patricia Paredes Valverde

Fecha: 20/06/2021

INSTRUCCIONES:

El presente documento, tiene por finalidad el de recabar la información útil de personas expertas y especializadas en el tema de la investigación. La validez y la confiabilidad del instrumento de recolección de datos se componen de ítems según prelación y con la respectiva escala de estimación que a continuación se indica:

- La validez del instrumento de recolección de datos se compone de ítems, lo que se acompaña con su respectiva escala de estimación.
- Marque con una X en la escala que figure a la derecha de cada ítem según la opción que le merezca el instrumento de investigación.

No.	C R I T E R I O S	SI	N O
01	¿Considera Ud., que las preguntas guardan relación con el tema de investigación?	x	
02	¿Considera Ud. que los ítems de los instrumentos miden lo que pretende medir?	x	
03	¿Considera Ud. que la cantidad de ítems registrados en esta versión son suficientes para tener una comprensión de la materia en estudio?	x	
04	¿Considera Ud. que todos y cada uno de los ítems contenidos en este instrumento se orienta a los mismos objetivos?	x	
05	¿Considera Ud. que el lenguaje utilizado en el presente instrumento es claro sencillo y no da lugar a diferentes interpretaciones?	x	
06	¿Considera Ud. ¿Que la estructura del presente instrumento es adecuada al tipo de usuario a quien se dirige el instrumento?	x	
07	¿A su criterio las preguntas están relacionadas de manera adecuada?	x	
08	¿A su juicio existe coherencia entre las preguntas y las alternativas Expuestas?	x	

Observaciones y sugerencias:

1.- El instrumento debe corregirse: Si () No (x)



2.- El instrumento debe pasar a su aplicación: Si (x) No ()

3.- ¿A su parecer qué aspectos se tiene que modificar o qué aspectos tendrían que incrementarse o disminuir, para mejorar el instrumento de recolección de datos?

.....
.....

Fdo.

Fdo.

Dr. CPC. Juan C. Curiza Carrasco

DICTAMINANTE

Mgt. CPC. Patrica Paredes Valverde

DICTAMINANTE