

FACULTAD DE NEGOCIOS



Carrera de Contabilidad y Finanzas

“ESTRATEGIA PARA EL INCREMENTO DE LA RENTABILIDAD MEDIANTE EL ANÁLISIS DEL COSTO-VOLUMEN-UTILIDAD EN LA EMPRESA HUANCHACO HOSTAL S.R.L. TRUJILLO 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

Contadora Pública

Autoras:

Madelaine Jackelyn Guevara Carrera

Evelyn Carol Alban Guerra

Asesor:

Mg. Rossana Cancino Olivera

Trujillo - Perú

2021

A Dios por permitir culminar la carrera profesional, superando los obstáculos con responsabilidad y perseverancia, presentados en el transcurso del camino.

A mi esposo e hija por darme su apoyo incondicional, por su amor y paciencia brindada cada día y la fortaleza para continuar hasta el final, logrando una meta más en la vida.

A mis padres y hermanas. por sus consejos y apoyo incondicional en cada momento que lo necesité.

Albán Guerra Evelyn Carol

A Dios por ser el guía y fortaleza para poder cumplir con esta nueva meta y por darme la sabiduría para poder desarrollar este trabajo de investigación.

A mis padres por darme apoyo moral y económico para la realización de este trabajo de investigación: y quiero decirles que mi hermano y yo nos sentimos muy orgullosos de tener unos padres tan amorosos como ustedes.

A mis profesores por las enseñanzas dadas en toda la etapa universitaria, ya que gracias a su apoyo profesional permitió el desarrollo de este trabajo de investigación.

Guevara Carrera Madelaine Jackelyn

Agradezco a Dios por permitir terminar la carrera profesional.

Agradezco a los docentes por sus enseñanzas, su apoyo e
instruirnos como futuros profesionales.

Agradezco a la empresa Huanchaco Hostal por facilitarnos la
información necesaria para poder realizar la tesis.

Agradezco a mi esposo e hija, a mis padres, hermanas y mis
sobrinos por el apoyo incondicional brindado en esta etapa de
mi vida.

Albán Guerra Evelyn Carol

Agradezco a Dios por las bendiciones dadas en todo este tiempo
y en especial por la sabiduría y fuerzas brindadas durante todo
este tiempo

A mis padres por todo su apoyo y comprensión, y también por
los valores inculcados en mi etapa profesional y en mi vida
diaria.

A mi hermano por su apoyo incondicional, en momentos
difíciles y también por los momentos felices que pasamos juntos
y por su apoyo para poder alcanzar esta meta.

A la Universidad Privada del Norte y a todos los docentes que
pasaron por las aulas donde obtuve grandes conocimientos, los
cuales han sido mi guía para el desarrollo de mi tesis

Guevara Carrera Madelaine Jackelyn

Tabla de contenidos

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	4
ÍNDICE DE TABLAS.....	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	8
RESUMEN.....	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema.....	17
1.3. Objetivos	17
1.4. Hipótesis.....	18
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	19
2.1. Tipo de investigación.....	19
2.2. Población y muestra	19
2.3. Teorías e instrumentos de recolección y análisis de datos.....	20
2.4. Procedimiento.....	21
2.5. Aspectos éticos.....	21
2.6. Cuadro de Operacionalización de variables.....	22
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	23
3.1. Datos Generales de la empresa.....	23
3.2. Situación actual de ingresos y costos de la empresa.....	25
3.3. Clasificación de los costos en variables y fijos.....	31
3.4. Determinación de los resultados económicos mediante el método de costeo directo o variable.....	36
3.5. Determinación del punto de equilibrio	38
3.6. Estrategia para incrementar la rentabilidad en base al análisis costo-volumen-utilidad	42
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	47
REFERENCIAS	51
ANEXOS	55

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Número de servicios por mes de enero, febrero y marzo.....	25
Tabla 2 Ventas Trimestrales en soles	26
Tabla 3 Costo de insumos para el servicio de hospedaje	27
Tabla 4 Consumo de útiles de limpieza y costo mensual	28
Tabla 5 Costo de menaje para servicio de hospedaje	29
Tabla 6 Planilla de remuneraciones	30
Tabla 7 Otros costos y gastos	31
Tabla 8 Distribución de insumos de limpieza por espacio	32
Tabla 9 Costos variables por tipo de habitación	33
Tabla 10 Costos variables totales por tipo de habitación	33
Tabla 11 Depreciación de enseres por habitación	34
Tabla 12 Depreciación de muebles y equipos	35
Tabla 13 Depreciación de edificio	35
Tabla 14 Otros costos y gastos fijos	36
Tabla 15 Estado de Resultados – Método de costeo directo o variable	37
Tabla 16 Cantidad promedio de ventas por tipo de habitación	39
Tabla 17 Participación porcentual en ventas por tipo de habitación	39
Tabla 18 Margen de contribución marginal ponderado	40
Tabla 19 Comprobación del punto de equilibrio multiservicio	41
Tabla 20 Utilidad probable en temporada baja (Datos supuestos)	43
Tabla 21 Punto de equilibrio bajo propuesta (Datos supuestos)	44
Tabla 22 Resultados proyectados en base a propuesta.....	45

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cantidad de servicios por mes	26
Figura 2 Ventas en soles por trimestre	27
Figura 3 Resultado económico de enero, febrero y marzo 2020	37
Figura 4 Rentabilidad.....	38
Figura 5 Participación porcentual en ventas	40
Figura 6 Proyección de Rentabilidad sin aplicación de estrategia	46
Figura 7 Proyección de Rentabilidad con aplicación de estrategia a partir de abril	46

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo diseñar una estrategia para el incremento de la rentabilidad mediante el análisis costos – volumen – utilidad en la empresa Huanchaco Hostal SRL con el fin de mejorar sus resultados económicos.

El diseño de la investigación es no experimental, de tipo descriptivo propositivo, debido a que la estrategia propuesta se basa en el análisis realizado.

La muestra seleccionada fueron los reportes, documentos, comprobantes y otros relacionados a los ingresos, costos, gastos, utilidades de la empresa en los meses de enero, febrero y marzo del año 2021.

Se utilizó las técnicas de la entrevista y el análisis documental, para recolectar la información de los ingresos, costos y gastos del negocio.

Los resultados obtenidos mediante el análisis, determinó que los costos variables son bastante bajos en comparación con el precio de venta por servicio. Los costos fijos, en cambio, son bastante elevados y son asumidos así haya venta de servicios o no, por lo que la estrategia planteada propone maximizar las ventas a través de una reducción considerable en los precios, aplicando ésta en época de temporada baja.

Palabras clave: Costo, volumen, utilidad, costo fijo, costo variable, punto de equilibrio, rentabilidad, estrategia.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Hoy en día, el éxito empresarial es un objetivo analizado de diversas formas, por diferentes especialistas, que buscan incansablemente, herramientas que permitan al empresario gestionar de manera eficiente las diversas actividades con el fin de incrementar las utilidades. En este afán, se aplican diversos instrumentos para encontrar estrategias que permitan reducir los costos y aumentar las utilidades.

Este análisis no es tan sencillo, porque demanda un conocimiento adecuado de diversas herramientas que brinden información coherente y precisa, de tal manera que se contribuya a la toma de decisiones que permitan a la empresa conseguir los objetivos previstos.

Según el Instituto Nacional de Estadística Informática (INEI), al 31 de marzo de 2021, el número de empresas activas registradas en el Directorio Central de Empresas y Establecimientos ascendió a 2 millones 838 mil 494 empresas, cifra mayor en 2,6% en comparación con similar periodo del año 2020. Asimismo, se constituyeron 68 mil 811 empresas y se dieron de baja 8 mil 87 empresas entre enero y marzo, presentando así una variación neta de 60 mil 724 empresas. Cabe mencionar que la tasa de natalidad, relación de empresas creadas en el I Trimestre de 2021 con el stock empresarial al final del periodo, constituyó el 2,4% del total, mientras que, la tasa de mortalidad empresarial fue de 0,3%, registrándose así una tasa de variación neta de 2,1%.

Como es ya conocido, gran parte de las empresas en nuestro país, están dentro del segmento de la micro y pequeña empresa, donde se puede establecer un lento crecimiento o el quiebre de dichos negocios, que fracasan por no utilizar estrategias adecuadas; muchas veces, por no contar con recursos necesarios que les permita un

asesoramiento empresarial pertinente, sobre todo con respecto a cómo gestionar sus costos.

Al respecto, Jimenez (2010) señala la contabilidad de costos es la técnica o mecánica contable que permita calcular lo que cuesta fabricar un producto o prestar un servicio. Es considerado como un subsistema de la contabilidad general, al que le corresponde la manipulación detallada de la información pertinente a la fabricación de un producto, para la determinación de su costo final.

Esta definición se refuerza con lo señalado por García (2014), quien afirma que la contabilidad de costos es un sistema de información empleado para predeterminar, registrar, acumular, controlar, analizar, direccionar, interpretar e informar todo lo relacionado con los costos de producción, distribución, venta, administración y financiamiento.

El análisis de los costos parte del comportamiento de estos, debido a que no todos tienen igual variación de acuerdo a las actividades o transacciones que se realizan. En tal sentido se puede citar a Warren, Reeve y Duchac (2010), quienes señalan que el comportamiento de los costos ayuda a la administración a pronosticar ganancias conforme varíen los volúmenes de venta y producción, de igual manera es útil para estimar costos. Por lo tanto, la importancia de poder establecer una debida clasificación de los costos fijos y variables para poder entender su impacto en la determinación de utilidades, fijación de precios, punto de equilibrio, etc. Además, existen métodos de costeo que son aplicables para un análisis determinado en las empresas. El método de costeo absorbente, asumen los costos fijos y variables, y los asigna a los productos o servicios. En cambio, el costo directo o variable, trabaja con los conceptos de contribución marginal, que permite pronosticar rápidamente el incremento en las

utilidades totales del negocio, resultante del incremento del volumen de ventas.
(Baldini y Casari, 2008)

Es por esto que surge la necesidad de que toda empresa aplique una adecuada gestión de costos, como una herramienta de suma utilidad para cualquier organización. Esto debido a que ofrece un mejor manejo operativo, administrativo y de dirección, lo que permite a la organización saber cuáles son sus costos de producción y venta de sus servicios. (Suárez, 2019)

Según lo mencionado, Chambergó (2008), señala que el modelo Costo -Volumen – Utilidad (CVU) considera el manejo de sus elementos como el precio de venta, costos y volumen, incluyendo también una clasificación adecuada en los costos, puesto que no son totalmente variables o fijos, con relación al grado de producción. Es así que, al considerar esta clasificación de los costos de producción sirve como apoyo para el análisis de este modelo dando así un gran beneficio para tomar decisiones acertadas que permiten detallar y por lo tanto guiar a un crecimiento económico futuro.

En las empresas de servicios no se aplican herramientas de análisis para determinar o analizar los costos. En su mayoría, los negocios de este rubro, carecen de una estructura coherente para determinar los costos y fijar adecuadamente sus precios de venta. Esta debilidad se establece muchas veces por la inexistencia de inventarios de productos manufacturados, que no tienen que expresarse en Estados Financieros, por lo que no se le toma la importancia debida, a la necesidad de tener conocimiento de los costos de cada servicio brindado.

Al respecto, Cabrera & Tenesaca (2017) señalan que el análisis de la relación de CVU, es de mucha relevancia para el sector empresarial, porque permite medir el grado de eficiencia y efectividad en el control de los recursos de tal manera que posibilita medir los resultados y corregir errores.

Se analizaron al respecto, diversas investigaciones, de las cuales se tomaron en cuenta algunas, cuya relación con las variables de la presente investigación contienen una estrecha similitud y sirven de base para su desarrollo.

La investigación de Marsano (2014), contribuye en forma significativa a entender los conceptos fundamentales sobre los costos fijos y variables en los hoteles. El artículo denominado “Una metodología para analizar la relación CVU en los hoteles”, contiene propuestas muy interesantes que aportan al presente trabajo, en cuanto a la variabilidad de los costos, puesto que no son perfectamente variables o perfectamente fijos. Además, señala la existencia de variables exógenas que pueden interferir en el momento de comparar las proyecciones con las cifras reales. Señala que la gerencia debe apuntar a la maximización de las ventas debido a los costos fijos elevados que presentan los hoteles, que encuentran que es económicamente rentable ofrecer tarifas reducidas para las temporadas bajas siempre y cuando estos ingresos provenientes de las tarifas reducidas sobrepasen los costos incurridos.

Según, Altamirano & Arévalo (2012), en su propuesta de diseño de un sistema de contabilidad de costos aplicado al hostel “La Casona” ubicado en la ciudad de Cuenca. Al concluir este trabajo, se puede decir que la contabilidad del Hostel La Casona actualmente recopila, registra y clasifica la información monetaria sobre las operaciones mercantiles de la empresa, de una manera simple siendo esta una contabilidad en términos generales. Por tanto, nosotros desarrollamos una contabilidad de costos hotelera que permita conocer valores precisos de los costos y gastos que tiene el hostel, para que de esta manera se pueda tomar decisiones apropiadas que vayan de la mano con la realidad del negocio. Basándonos en los costos como los sueldos y salarios, servicios básicos, gastos de TV Cable, internet, y según el área de cada departamento y habitación, se realizó los cálculos necesarios para obtener el costo real

del servicio de hospedaje, así como de los productos que se ofrecen en el restaurante y en el bar, de igual manera se toma en cuenta egresos como son los impuestos y depreciaciones (costos fijos), estos son gastos que no pueden modificarse para adaptarlos a las condiciones cambiantes de los productos ofrecidos y de los servicios en un período dado.

El trabajo de Murga y Pérez (2017), titulado “Análisis de costo volumen utilidad como herramienta para la maximización de la rentabilidad bruta” señala que la empresa Calzados Yamil cuyo rubro es la fabricación de calzado para dama, no cuenta con la implementación de ningún sistema o la planificación de un presupuesto de costos, además la empresa no cuenta con una planeación de ingresos, en cuanto a los costos de producción se determinan mediante un costeo tradicional, es decir no se encuentran clasificados en costos fijos o variables, puesto que, los costos variables son afectados por los factores de su mismo entorno como la variación de los precios de los insumos. Uno de los objetivos del CVU es conocer el punto de equilibrio, en donde se detallará cada elemento y así facilitará el análisis específico por cada uno de ellos. Este análisis resulta indispensable en empresas de este sector que incluye la clasificación de los costos de producción en fijos y variables, que servirá como un indicador para establecer estrategias que ayudarán a obtener una rentabilidad bruta deseada.

En el trabajo de investigación de Tapia (2013) “Implementación del modelo costo volumen utilidad para mejorar la gestión administrativa en el centro educativo particular Nuestra Señora del Perpetuo Socorro E.I.R.L.”; el objetivo es demostrar que la implementación de este modelo permite mejorar la gestión administrativa en el colegio. La investigación realizada permitió determinar con precisión los costos fijos y variables los cuales no eran óptimos al momento de calcular la rentabilidad bruta.

De esta manera, este estudio se relaciona con la presente investigación, en donde la

falta de un análisis del CVU no le permite a la gerencia tomar decisiones acertadas generando así un descontrol con respecto a los costos fijos y variables, por ende, que se debe aplicar un modelo CVU para no obtener resultados que repercuten de manera negativa en la rentabilidad bruta.

Uno de los indicadores que brinda información precisa para el análisis de la relación ingresos, costos y márgenes de utilidad, es el punto de equilibrio.

Al respecto, Pérez (2017); sostiene que el punto de equilibrio es aquel donde el valor de las ventas o el volumen de un producto y los gastos (costos de ventas más gastos generales y de administración) son iguales, dicho de otra forma, si se vende o producen cantidades de productos por debajo de esa cantidad la empresa operará con pérdidas, mientras que si se vende o producen productos por encima de ese valor la empresa operará con utilidades.

En ese sentido, se analizó el trabajo de investigación de Rodríguez y Martínez (2017) denominado “La relación costo-volumen-utilidad y su impacto en la gestión empresarial para la empresa derivados del Cacao”, donde presentan una fundamentación teórica sobre el tema de costos, además de un diagnóstico de la gestión empresarial y el análisis de herramientas utilizadas en la entidad como el punto de equilibrio y las razones de rentabilidad. Se concluyó que la empresa mantiene un punto de equilibrio que representa el 59% de las ventas planificadas.

El otro tema de análisis es la fijación de precios, ya que toda empresa debe conocer con certeza el costo de cada producto o servicio, para poder colocar un precio que le permita obtener rentabilidad para asegurar su crecimiento.

Con respecto a este tema, se tomó en cuenta la investigación de Gómez (2012), cuyo artículo “Costo, volumen, precio y utilidad: dinámica del desempeño financiero en la industria de confecciones infantiles” resume la información obtenida de 52 empresas

de la industria de confecciones, que permitió establecer las relaciones existentes entre procesos de producción, sistemas de costeo y estrategias, en función del CVU, en la dinámica del desempeño financiero de estas organizaciones. Se establece que la relación CVU contribuyen en el análisis, porque el precio se fija en función del costo, los costos según los recursos consumidos y volumen de producción, y el margen de contribución resulta de la diferencia entre precio y costo, que se equipará para cubrir los gastos operacionales e impuestos y proporcionar utilidad.

El tema de fijar precios, es sumamente importante en toda empresa, y demanda un análisis exhaustivo de todos los componentes de los costos, para una aplicación correcta. Es importante lo mencionado por Ramírez (2008), quien indica que para que los administradores decidan cuánto cobrar por un producto o servicio, tienen que hacer una estimación razonable de los recursos que se requieren y se consumen para elaborar un producto en particular.

Otra investigación analizada es la de Pérez y Fernández (2019), quienes desarrollaron la tesis “Análisis Costo Volumen Utilidad y su impacto en la toma de decisiones financieras en las empresas del sector gastronómico en las pollerías ubicadas en el Distrito de Callao, 2018”, cuyo fin fue analizar la relación del CVU en la toma de decisiones financieras en las empresas del sector gastronómico, con el objetivo de brindar una herramienta sostenible a las empresas gastronómicas, enfocando los costos de manera estratégica para tomar decisiones que permitan el crecimiento y desarrollo de las empresas.

El trabajo de Aguilá, Bagur y Boned (2010) denominado “Reducción de costes: una perspectiva histórica”, permite tener una visión clara de algunas técnicas que las empresas pueden utilizar y que están basadas en el cálculo de los costos, la gestión y los presupuestos.

La empresa Huanchaco Hostal S.R.L, la cual se encuentra ubicada en la ciudad de Trujillo distrito de Huanchaco, presenta diversos problemas, uno de los principales es que no cuenta con una estructura de costos; es decir no sabe cuántos servicios hoteleros debe vender para poder cubrir sus gastos, ya que; solo se guía por precios de mercado y la competencia. Además, no sabe cuáles son sus costos fijos y variables. Este desconocimiento tiene un impacto negativo en la empresa ya que le impide conocer exactamente sus resultados económicos. Así mismo, carece de información para poder establecer una estrategia coherente que le permita mejorar la rentabilidad mediante un análisis específico, según los servicios que brinda y sobre todo en temporadas donde los ingresos decaen, de acuerdo al rubro del negocio.

Es por ello, que la presente investigación busca diseñar una estrategia que permita incrementar la rentabilidad mediante el análisis costo-volumen-utilidad, con el fin de obtener mayores utilidades para mantener un crecimiento sostenible que le permita posicionarse entre sus competidores y liderar el mercado.

1.2. Formulación del problema

Problema general: ¿De qué manera el análisis del costo volumen utilidad permite establecer una estrategia para incrementar la rentabilidad en la empresa Huanchaco Hostal SRL?

Problemas específicos:

- ¿Cuál es la situación actual de ingresos y costos de la empresa Huanchaco Hostal SRL?
- ¿Cuáles son los costos fijos y variables de los servicios que ofrece la empresa Huanchaco Hostal S.R.L.?

- ¿Cuáles son los resultados económicos de la empresa, mediante la clasificación de costos fijos y variables en el primer trimestre del 2021?
- ¿Cuál es el punto de equilibrio de la empresa Huanchaco Hostal SRL?
- ¿Qué estrategia se puede proponer para incrementar la rentabilidad de la empresa Huanchaco Hostal SRL?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Diseñar una estrategia para el incremento de la rentabilidad a través del análisis costos – volumen – utilidad en la empresa Huanchaco Hostal SRL

1.3.2. Objetivos específicos

- Describir la situación actual de ingresos y costos de la empresa Huanchaco Hostal SRL
- Analizar los costos fijos y variables en base a los servicios que oferta la empresa Huanchaco Hostal SRL
- Determinar los resultados económicos de la empresa en el primer trimestre del año 2021 mediante el método de costeo directo o variable.
- Establecer el punto de equilibrio multi producto de la empresa Huanchaco Hostal S.R.L.
- Proponer una estrategia para el incremento de la rentabilidad en base al análisis realizado en la empresa Huanchaco Hostal SRL.

1.4. Hipótesis

El análisis del costo-volumen-utilidad permite diseñar una estrategia para incrementar la rentabilidad en la empresa Huanchaco Hostal S.R.L. a partir de la obtención de la contribución marginal y la comparación de los costos y gastos fijos con el nivel de ingresos.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva. La investigación descriptiva opera cuando se requiere delinear las características específicas descubiertas por las investigaciones exploratorias. Esta descripción podría realizarse usando métodos cualitativos y, en un estado superior de descripción, usando métodos cuantitativos. Estos últimos tienen como función esencial medir (de la forma más precisa posible) las características, propiedades, dimensiones o componentes descubiertos en las investigaciones exploratorias. (Díaz y Calzadilla, 2015)

Se puede establecer también que es del tipo descriptiva propositiva, debido que al describir el hecho materia de investigación, los investigadores diseñan una propuesta de posible solución. Según Tantalean (2015), la investigación propositiva es el estudio donde se formula una solución ante un problema, realizando previamente un diagnóstico y desarrollando la evaluación del hecho.

2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

Fernández y Pértega (2001) señalan que la población representa el conjunto grande de individuos que se desea estudiar y generalmente suele ser inaccesible. Además, la muestra es el conjunto menor de individuos (subconjunto de la población accesible y

limitado sobre el que se realiza las mediciones o el experimento con la idea de obtener conclusiones generalizables a la población).

En la presente investigación, la población está integrada por todos los reportes relacionados o a los ingresos, costos, producción, y resultados económicos de la empresa Huanchaco Hostal SRL y la muestra se refiere a dichos conceptos, pero referidos a un período trimestral (meses enero, febrero y marzo del año 2021).

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Para Bavaresco (2001), las técnicas de recolección de datos son procedimientos y actividades que sirven para comprobar el problema planteado de la variable estudiada en la investigación, por lo tanto, es importante tener en cuenta que el tipo de investigación determinará la técnica a emplear. Los instrumentos son las herramientas que se emplean para obtener los datos de la realidad que se estudia.

Para la recolección de datos se utilizará las siguientes técnicas e instrumentos:

- Se aplicará la entrevista a la administradora de la empresa, con respecto a los costos incurridos en los diferentes servicios que ofrece la empresa. Se debe tener en cuenta lo señalado por Corbetta (2007) en relación a la entrevista, ya que señala que “es una conversación solicitada de manera explícita por el entrevistador, que se realiza normalmente a través de una cita programada y se lleva a cabo sobre una serie de sujetos seleccionados según un plan sistemático de recolección de datos”. (Pag. 344). El instrumento a utilizar será la guía de entrevista.
- Se aplicará la técnica de revisión documental. Esta técnica es la exploración exhaustiva de textos y documentos sobre un tema en particular. Se usa para seleccionar y extraer información sobre las variables. (Useche, Artigas, Queipo

y Perozo (2019). El instrumento a utilizar es la ficha o matriz de análisis documental.

2.4. Procedimiento

Para desarrollar la presente investigación se detallan a continuación los procedimientos a realizar:

- El primer paso fue solicitar autorización de la Gerencia para entrevistar a la administradora de la empresa, y así poder recolectar información valiosa sobre la operatividad del negocio y datos relevantes para el análisis.
- Luego de ello, se realizó al análisis documental de los informes relacionados a los ingresos, costos y gastos de la empresa, con el fin de conocer los importes y las variaciones presentadas.
- Se procesó la información para luego establecer el análisis correspondiente y en base a ello diseñar una propuesta de estrategia incrementar la rentabilidad, para que la empresa pueda obtener mayor utilidad en base al nivel de sus ingresos.

2.5. Aspectos éticos

El presente trabajo de investigación se ha desarrollado cumpliendo con la normativa académica sobre presentación de informes de investigación; se ha utilizado diversas referencias bibliográficas de autores citados adecuadamente las que la información

obtenida de diferentes autores ha sido debidamente citada bajo el estándar APA. La información que se muestra en este informe de investigación es fidedigna.

2.6. Cuadro de Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable independiente: Análisis costo-volumen-utilidad	Destaca las relaciones que existen entre costos, cantidades vendidas y precios, lo que permite la integración de toda la información financiera de la empresa para contribuir a identificar problemas económicos que pueda tener una empresa, y permite la búsqueda de la solución necesaria.	El análisis de costo-volumen-utilidad presenta la interrelación de los cambios en costos, volumen y utilidades, y constituye una herramienta útil en la planeación, el control y la toma de decisiones, debido a que proporciona información para evaluar en forma apropiada los probables efectos de las futuras oportunidades de obtener utilidades	Ventas y resultados económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios que se ofrecen • Volumen de ventas • Precios por servicio • Utilidad
			Costos variables	<ul style="list-style-type: none"> • Insumos por servicio • Otros costos variables por servicio
			Costos y Gastos Fijos	<ul style="list-style-type: none"> • Costos fijos totales • Gastos fijos totales
			Punto de equilibrio	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas por servicio para no ganar ni perder
Variable dependiente: Estrategia para incremento de la rentabilidad	Conjunto de acciones que conducen a la consecución de una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y factible de ser defendida ante la competencia	Acción que tiene como objeto optimizar resultados analizando cada componente como los ingresos, costos y gastos	Ingresos	Incremento de ventas
			Costos y gastos	Variación en costos y gastos

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3.1. Datos Generales de la Empresa

- **Nombre o razón social**

Huanchaco Hostal S.R.L

- **Descripción de la empresa**

Huanchaco Hostal SRL se encuentra ubicado en Jr. Víctor Larco Nro. 185 A.H. Huanchaco Tradicional (plaza De Armas) departamento de la Libertad, provincia de Trujillo, distrito de Huanchaco. Fue fundada el 09 de febrero de 1999, registrada dentro de las sociedades mercantiles y comerciales como una sociedad con responsabilidad limitada.

- **Ubicación geográfica**

Jr. Víctor Larco Nro. 185 A.H. Huanchaco Tradicional (Plaza de Armas)

- **Giro / rubro / sector económico**

Inició sus actividades económicas el 09 de febrero de 1999, se encuentra dentro del sector hoteles, campamentos y otros. (Ver fotografías en Anexo 4)

- **Datos del contribuyente**

- **RUC:** 20397742831
- **Razón Social:** Huanchaco Hostal S.R.L.
- **Tipo Empresa:** Sociedad con responsabilidad limitada
- **Condición:** Activo
- **Fecha Inicio Actividades:** 09 / Febrero / 1999
- **Actividad Comercial:** Hoteles, Campamentos y otros.
- **CIU:** 55104

- **Dirección Legal:** Jr. Víctor Larco Nro. 185 A.H. Huanchaco Tradicional
(Plaza de Armas)
- **Distrito / Ciudad:** Huanchaco
- **Provincia:** Trujillo
- **Departamento:** la Libertad, Perú

- **Registro tributario**

Registrada en la SUNAT con RUC (Registro Único de Contribuyente) número **20397742831**. La última vez que revisamos esta información al 20 de enero del 2021 tenía como estado de contribuyente **activo** y condición habido.

- **Misión**

Somos un grupo de personas amables y cálidas con actitud hacia el servicio de alojamiento de huéspedes, entendiendo las necesidades del viajero, brindando el placer de renovarse con la energía del mar en habitaciones especialmente acondicionadas para experimentar una mezcla de sensaciones mágicas y místicas de Huanchaco.

- **Visión**

Ser el mejor Hotel del norte del Perú, siendo reconocidos por brindar servicios personalizados y flexibles, obteniendo la confianza total de nuestros huéspedes innovando siempre para acrecentar su satisfacción y comodidad.

- **Valores**

- Respeto
- Puntualidad
- Compromiso
- Liderazgo
- Compañerismo

3.2. Situación Actual de ingresos y Costos de la empresa

Se obtuvo información sobre los ingresos y costos de la empresa, tomando en cuenta los meses de enero, febrero y marzo del año 2021. Los datos han sido obtenidos mediante análisis documental y la entrevista realizada por la administradora de la empresa Huanchaco Hostal S.R.L, (Ver anexo N°1). De esta manera se logró determinar el nivel de ingresos y los costos y gastos incurridos según los servicios prestados.

3.2.1. Ingresos

Tabla N°1

Número de servicios en los meses de enero, febrero y marzo

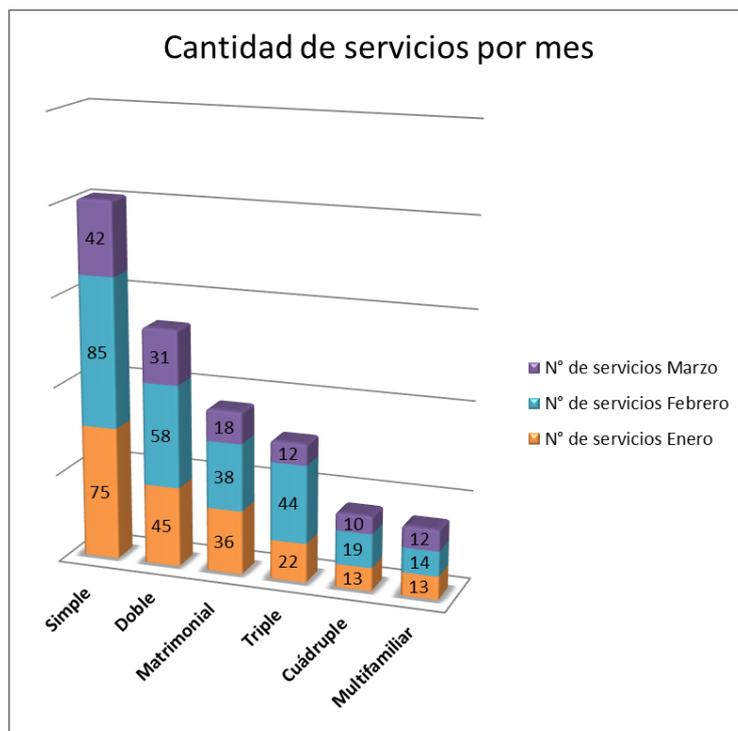
Tipo de habitación	N° Habitaciones	N° de servicios			Total ventas
		Enero	Febrero	Marzo	
Simple	6	75	85	42	202
Doble	6	45	58	31	134
Matrimonial	6	36	38	18	92
Triple	5	22	44	12	78
Cuádruple	4	13	19	10	42
Multifamiliar	4	13	14	12	39
TOTAL	31	204	258	125	587

Fuente: Huanchaco Hostal S.R.L.

En la tabla N° 1 se muestra el total de servicios brindados por la empresa en los meses de enero, febrero y marzo, de acuerdo al tipo de habitaciones que posee. Se muestra la baja en la cantidad de servicios en el mes de marzo debido a la pandemia.

Como se puede apreciar, la habitación simple es la de mayor venta con un total de 202 servicios en el trimestre, seguido de la habitación doble. El servicio con menor número vendido es habitación multifamiliar.

Figura 1
Cantidad de Servicios por mes



Fuente: Elaboración propia

Tabla N°2
Ventas trimestrales en soles

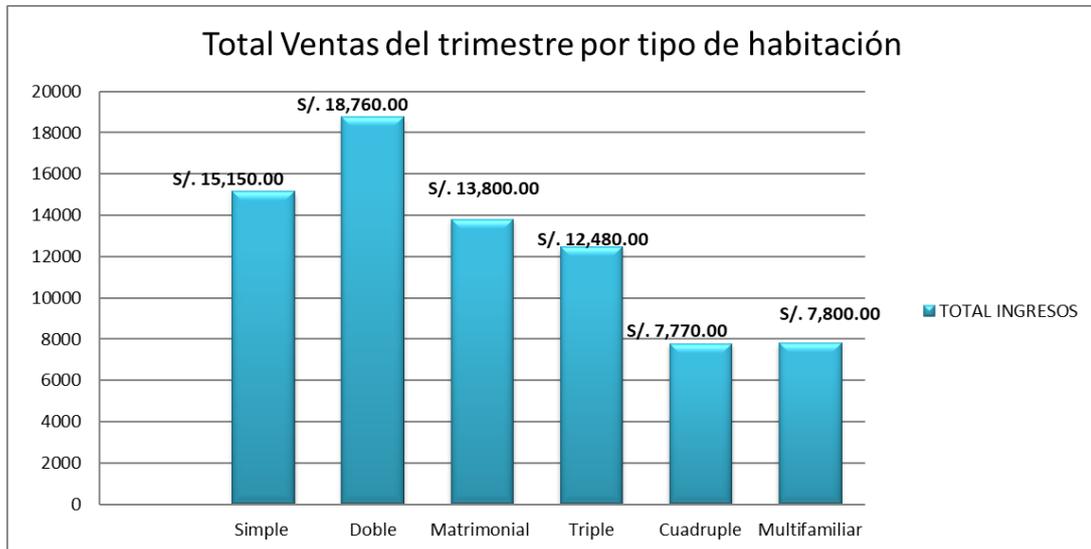
Descripción	Ventas mensuales									Total de ventas
	Enero			Febrero			Marzo			
	Cant.	Pv.Uni.	Ventas	Cant.	Pv.Uni.	Ventas	Cant.	Pv.Uni.	Ventas	
Simple	75	75.00	5,625.00	85	75.00	6,375.00	42	75.00	3,150.00	15,150.00
Doble	45	140.00	6,300.00	58	140.00	8,120.00	31	140.00	4,340.00	18,760.00
Matrimonial	36	150.00	5,400.00	38	150.00	5,700.00	18	150.00	2,700.00	13,800.00
Triple	22	160.00	3,520.00	44	160.00	7,040.00	12	160.00	1,920.00	12,480.00
Cuádruple	13	185.00	2,405.00	19	185.00	3,515.00	10	185.00	1,850.00	7,770.00
Multifamiliar	13	200.00	2,600.00	14	200.00	2,800.00	12	200.00	2,400.00	7,800.00
TOTAL	204		25,850.00	258		33,550.00	125		16,360.00	75,760.00

Fuente: Huanchaco Hostal S.R.L.

En cuanto a los ingresos por ventas en el trimestre, el mayor importe corresponde al servicio de habitación doble, seguido del servicio de habitación simple. Esta información fue obtenida mediante el análisis documental de la revisión del Registro de Servicios (Ver anexo 2)

Figura 2

Ventas en soles por trimestre



Fuente: Elaboración propia

3.2.2. Costos y Gastos

La empresa requiere de diversos desembolsos, es por ello que se realizó la recolección de datos a través de la entrevista a la administradora, así como la revisión de diversos documentos tales como los comprobantes de pago, así como el registro de compras.

En cuanto a los insumos que se adquieren, se detalla lo siguiente:

Tabla N°3

Costo de Insumos para el servicio de hospedaje

Insumo	Unidad de medida	Cantidad	Costo	Costo Unitario
Jabón	Caja	24	6.48	0.27
Papel Higiénico	Plancha	40	20.4	0.51

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 3 se detallan los insumos para el servicio de hospedaje, el cual se brinda por cada servicio, jabón y papel higiénico. El costo unitario del jabón es de 0.27 céntimos y el costo unitario del papel higiénico es de 0.51 céntimos.

Tabla N°4

Consumo de útiles de limpieza y costo mensual

Insumo	Unidad de medida	Cantidad mensual	Costo unitario	Total mensual
Detergente	Bolsa 2 KG	4	25.00	100.00
Desinfectante	Litro	5	12.00	60.00
Aromatizador	Frasco	4	15.00	60.00
				220.00

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 4 se detallan los insumos de limpieza para las habitaciones del Hostal. Se verificó según las compras realizadas, que la empresa adquiere un aproximado de S/. 220.00 soles para realizar la limpieza en las habitaciones.

Para brindar el servicio de hospedaje, es necesario que se cuente con el menaje adecuado para el servicio. En la siguiente tabla se detalla estos insumos, así como sus costos y la cantidad con que cuenta el hotel. Esta información se obtuvo de la revisión del Registro de Activos de la empresa (Ver Anexo 3)

Tabla N°5

Costo de menaje para el servicio de hospedaje

Menaje de Hospedaje	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
<i>Toallas</i>	<i>100</i>	<i>8.47</i>	<i>847.00</i>
<i>Sábanas</i>	<i>115</i>	<i>33.90</i>	<i>3898.50</i>
<i>Cortinas</i>	<i>31</i>	<i>59.32</i>	<i>1838.92</i>
<i>Almohadas</i>	<i>82</i>	<i>12.71</i>	<i>1042.22</i>
<i>Colchones</i>			
*Plaza y media	61	300.00	18300.00
*Dos plazas	4	600.00	2400.00
*Queen	6	1500.00	9000.00
<i>Edredones</i>			
*Plaza y media	70	80.00	5600.00
*Dos plazas	8	120.00	960.00
*Queen	12	160.00	1920.00
TOTAL			45806.64

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°6

Planilla de Remuneraciones

N°	Nombres y Apellidos	Cargo	Sistema de pensiones	Remuneración Básica	Asig. Familiar	Vacaciones	Gratificación	CTS	Remuneración Bruta	AFP	ONP	Remuneración Neta	ESSALUD	Costo mensual
1	Juana Guitierrez Mariños	Camarera	AFP Integra	930.00		155.00	161.20	90.93	1,337.13	172.49		1,164.64	120.34	1,457.48
2	Marco Cabrera Sanchez	Limpieza	AFP Prima	930.00	93.00	170.50	168.95	91.58	1,454.03	188.30		1,265.73	130.86	1,584.89
3	Jessica Sánchez Cabanillas	Camarera	ONP	930.00		155.00	161.20	90.93	1,337.13		173.83	1,163.31	120.34	1,457.48
4	Lucía Villacorta Rivera	Administradora	AFP Integra	1,500.00	93.00	265.50	260.00	146.67	2,265.17	292.207		1,972.96	203.87	2,469.03
TOTAL				4,290.00	186.00	746.00	751.35	420.11	6,393.46	652.99	173.83	5,566.64	575.41	6,968.87

Fuente: Huanchaco Hostal S.R.L.

En cuanto a la planilla, la empresa tiene a 3 trabajadores según el documento alcanzado, donde se muestra las remuneraciones básicas, la asignación familiar, así como los beneficios sociales. Además, el pago a Essalud, que también es considerado como costo del servicio ya que es la empresa la que asume el pago para que los trabajadores reciban el servicio de salud.

El costo total de la planilla asciende a S/.6,968.87 soles.

Tabla N°7

Otros costos y gastos

DETALLE	Total mensual
<i>Internet</i>	<i>180.00</i>
<i>Teléfono</i>	<i>50.00</i>
<i>Cable</i>	<i>90.00</i>
<i>Depreciación</i>	<i>2,965.47</i>
<i>Arbitrios</i>	<i>19.00</i>
<i>Impuesto predial</i>	<i>29.17</i>
<i>Remuneraciones</i>	<i>6,968.87</i>
<i>Luz</i>	<i>560.70</i>
<i>Agua</i>	<i>220.03</i>
<i>Publicidad</i>	<i>33.33</i>
<i>Mantenimiento</i>	<i>41.67</i>
TOTAL	11,158.25

Fuente: Huanchaco Hostal S.R.L

En la tabla N°7 se muestra el detalle de los desembolsos mensuales que realiza la empresa para poder contar con los servicios básicos, así como hacer frente a las obligaciones tributarias. Además, se detalla el cálculo de la depreciación de enseres de habitación por un costo de S/. 936.40, muebles y equipos por un costo de S/. 420.69 y el costo de depreciación del edificio por S/. 1608.33, con un costo de depreciación mensual de S/. 2965.47. También el costo de publicidad anual es de S/. 400.00, siendo el costo mensual por publicidad de S/. 33.33, la cual se realiza mediante folletos; ya que, en los meses de enero a marzo hay mayor cantidad de personas en el balneario; la publicidad está distribuida en los diferentes tipos de habitación que tiene la empresa. y el costo por mantenimiento del hostel asciende a S/. 500.00 al año.

3.3. Clasificación de los costos en variables y fijos

Para la presente investigación, se aplicó la metodología del análisis costo-volumen-utilidad que establece la separación de los costos y gastos en fijos y variables, según la variación que presenten en función al volumen de producción. En el caso de la presente investigación sería en función de los servicios ofrecidos por la empresa.

3.3.1. Costos Variables

En el caso de la empresa Huanchaco Hostal S.R.L, los costos variables son aquellos que cambian en función al número de servicios que se ofrezca. Por lo tanto, se considera como costos variables los insumos que se usan en las habitaciones que son utilizadas por los clientes tales como el jabón y el papel higiénico. Además, se considera a lo útiles de limpieza como variables, ya que las habitaciones ocupadas deben ser limpiadas diariamente. Cabe mencionar que la luz y el agua son consumos que tienen ligera variación en los meses de temporada alta, pero dicha variación no es directamente proporcional al número de servicios, por lo tanto, se consideran como costos fijos.

Para la distribución de los útiles de limpieza, se consideró lo señalado en la tabla N°4, según la cual son S/.220.00 soles de consumo mensual. Este importe fue dividido de acuerdo a las áreas en metros cuadrados de las diferentes habitaciones, la recepción y la oficina del negocio.

La distribución en forma de prorrato es mostrada en la siguiente tabla:

Tabla N°8

Tabla de distribución de Insumos de limpieza por espacio

<i>Espacio</i>	<i>Metros por habitación</i>	<i>N° de habit</i>	<i>Total Metros</i>	<i>Costo Insumos limpieza</i>
<i>H.Simple</i>	15.30	6	91.80	28.94
<i>H.Doble</i>	19.69	6	118.14	37.25
<i>H. Triple</i>	23.80	6	142.80	45.02
<i>H.Cuadruple</i>	23.80	5	119.00	37.52
<i>H.Matrimonial</i>	16.40	4	65.60	20.68
<i>H.Multifamiliar</i>	30.00	4	120.00	37.83
<i>Recepción</i>	24.20	1	24.20	7.63
<i>Oficina</i>	16.26	1	16.26	5.13
			697.80	220.00

Fuente: elaboración propia

En la tabla N° 8 se muestra el prorrateo de insumos de limpieza, la cual se realiza de acuerdo a la cantidad de metro cuadrado por habitación, siendo su costo variable mensual de S/.220.00 y un total de 697.80 metros cuadrados.

Se realiza entonces un resumen del costo variable unitario por tipo de habitación, que muestra la suma total de costos variables. Esto se puede apreciar en la tabla N°9.

Tabla N°9

Costos Variables por tipo de habitación

	<i>Jabón</i>	<i>Papel</i>	<i>Costo jabón por habit</i>	<i>Costo papel por habit</i>	<i>Costo útiles de limpieza</i>	<i>Costo variable por habit</i>
<i>Simple</i>	1	0.5	0.27	0.26	4.82	5.35
<i>Doble</i>	1	1	0.27	0.51	6.21	6.99
<i>Matrimonial</i>	2	1	0.54	0.51	7.50	8.55
<i>Triple</i>	2	2	0.54	1.02	7.50	9.06
<i>Cuadruple</i>	3	2	0.81	1.02	5.17	7.00
<i>Multifamiliar</i>	4	2	1.08	1.02	9.46	11.56

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en la Tabla N°9, los costos variables son mínimos, en relación a los valores de venta de los servicios que ofrece la empresa, de acuerdo a sus diferentes tipos de habitaciones. Si existe alguna forma de rebajar estos costos variables, será un importe mínimo que no tendrá impacto en los resultados económicos del negocio.

Tabla N°10
Costos variables totales por tipo de habitación

TIPO DE HABIT C.V. POR HABIT	NÚMERO DE SERVICIOS			COSTOS VARIABLES			
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ENERO	FEBRERO	MARZO	
<i>Simple</i>	5.35	75	85	42	401.15	454.64	224.65
<i>Doble</i>	6.99	45	58	31	314.45	405.29	216.62
<i>Matrimonial</i>	8.55	36	38	18	307.93	325.04	153.96
<i>Triple</i>	9.06	22	44	12	199.40	398.80	108.76
<i>Cuádruple</i>	7.00	13	19	10	91.01	133.01	70.01
<i>Multifamiliar</i>	11.56	13	14	12	150.26	161.82	138.70
					1464.20	1878.59	912.70

Fuente: elaboración propia

Se muestra en la tabla N° 10 el costo variable mensual por tipo de habitación, en el mes de enero se obtiene un costo variable de S/. 1464.20, en el mes de febrero que es el mes donde hubo mayor demanda, la cual su costo es el más elevado y asciende a S/. 1878.59 y en el mes de marzo S/. 912.70

3.3.2. Costos y gastos fijos

Tomando en cuenta, aquellos costos y gastos que la empresa desembolsa así haya o no haya servicios, se realizó la determinación de los costos y gastos fijos.

El conjunto de menaje de habitación está conformado por los enseres básicos para el servicio de hospedaje como sábanas, edredones, toallas, cortinas, colchones. Para considerar el costo fijo, se procede a valorizar los enseres a su costo de adquisición y se determina su depreciación mensual en base a su vida útil.

En la tabla N°11 se muestra el costo del menaje de habitación, considerando su vida útil, por lo que se muestra la depreciación mensual como un costo fijo.

Tabla N°11
Depreciación de Enseres de habitación

<i>Menaje de Hospedaje</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>C.UNIT</i>	<i>COSTO TOTAL</i>	<i>VIDA UTIL</i>	<i>DEPREC ANUAL</i>	<i>DEPREC. MENSUAL</i>
<i>Toallas</i>	100	8.47	847.00	3	282.33	23.5
<i>Sábanas</i>	115	33.90	3898.50	3	1299.50	108.3
<i>Cortinas</i>	31	59.32	1838.92	5	367.78	30.6
<i>Almohadas</i>	82	12.71	1042.22	2	521.11	43.4
<i>Colchones</i>						0.0
<i>*Plaza y media</i>	61	300.00	18300.00	5	3660.00	305.0
<i>*Dos plazas</i>	4	600.00	2400.00	5	480.00	40.0
<i>*Queen</i>	6	1500.00	9000.00	5	1800.00	150.0
<i>Edredones</i>						0.0
<i>*Plaza y media</i>	70	80.00	5600.00	3	1866.67	155.6
<i>*Dos plazas</i>	8	120.00	960.00	3	320.00	26.7
<i>*Queen</i>	12	160.00	1920.00	3	640.00	53.3
TOTAL			45806.64		11237.39	936.4

Fuente: elaboración propia

En cuanto a muebles y equipos, la empresa no realizaba el cálculo de depreciación, por lo que se realizó el inventario de estos bienes, y se recabó información sobre su valorización, determinando la depreciación mensual, según lo observado en la tabla N°12.

Tabla N°12
Depreciación de muebles y equipos

<i>Descripción</i>	<i>Cant.</i>	<i>Precio</i>	<i>Valor Venta</i>	<i>Vida Útil años</i>	<i>Depreciación anual</i>	<i>Depreciación mensual</i>
<i>Camas</i>	71	28,400.00	24,067.80	10	2,406.78	200.56
<i>Mesas de noche</i>	98	6,370.00	5,398.31	10	539.83	44.99
<i>Televisores</i>	31	18,600.00	15,762.71	10	1,576.27	131.36
<i>Roperos</i>	31	6,200.00	5,254.24	10	525.42	43.79
TOTAL					5,048.31	420.69

Fuente: elaboración propia

Así mismo, tampoco se calculaba la depreciación de local, por lo que se estableció el monto y se consideró su importe como un costo fijo, debido a la aplicación del método lineal de depreciación. El monto obtenido se muestra en la tabla N°13.

Tabla N°13
Depreciación de edificio

	Valor del inmueble	Vida Util en años	Depreciación anual	Depreciación mensual
Depreciación de Local	386,000.00	20.00	19,300.00	1,608.33

Además, la empresa tiene otros desembolsos mensuales que han sido calculados en la tabla N°14. Son costos y gastos necesarios para el desarrollo normal del negocio, a los cuales se adicionó la depreciación calculada anteriormente.

Tabla N°14
Otros costos y gastos fijos

DETALLE	Total mensual
<i>Internet</i>	<i>180.00</i>
<i>Teléfono</i>	<i>50.00</i>
<i>Cable</i>	<i>90.00</i>
<i>Depreciación</i>	<i>2,965.47</i>
<i>Arbitrios</i>	<i>19.00</i>
<i>Impuesto predial</i>	<i>29.17</i>
<i>Remuneraciones</i>	<i>6,968.87</i>
<i>Luz</i>	<i>560.70</i>
<i>Agua</i>	<i>220.03</i>
<i>Publicidad</i>	<i>33.33</i>
<i>Mantenimiento</i>	<i>41.67</i>
TOTAL	11,158.25

Fuente: Huanchaco Hostal S.R.L.

Se determina entonces, que el importe de costos y gastos fijos asciende a S/11,158.25

3.4. Determinación de los resultados económicos mediante el método de costeo directo o variable.

Para determinar los resultados económicos de la empresa, se utilizó el método de costeo directo o variable, debido a que hay variedad de servicios y es difícil establecer un costeo absorbente por la variedad de servicios que ofrece de acuerdo al tipo de habitación. Se tomó la información según la ficha de análisis documental y se estructuró el Estado de Resultados.

Mediante la información de ingresos, así como de costos fijos y variables, se ha podido determinar los resultados económicos de la empresa Huanchaco Hostal S.R.L. de los meses de enero, febrero y marzo del año 2021. Además, se calculó los índices de rentabilidad de cada mes. El detalle de información se muestra en la tabla N°15 y en la figura N°3.

Tabla N°15

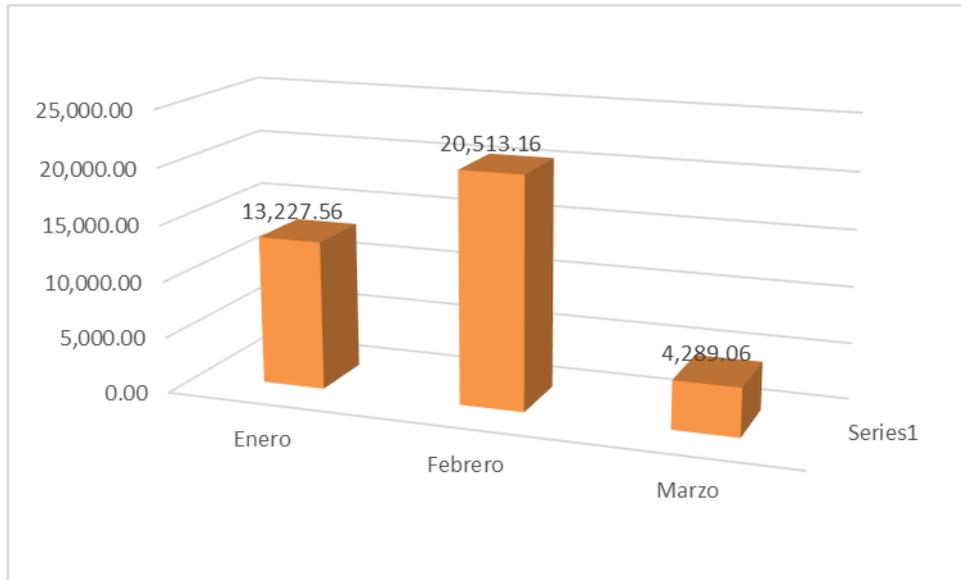
Estado de Resultados – Método de Costeo Directo o Variable

	Enero	Febrero	Marzo
<i>Ventas</i>	25,850.00	33,550.00	16,360.00
<i>Costos Variables</i>	1,464.20	1,878.59	912.70
Utilidad marginal	24,385.80	31,671.41	15,447.30
<i>Costos y gastos Fijos</i>	11,158.24	11,158.24	11,158.24
Utilidad del ejercicio	13,227.56	20,513.16	4,289.06
Rentabilidad	51%	61%	26%

Fuente: elaboración propia

Figura N°3

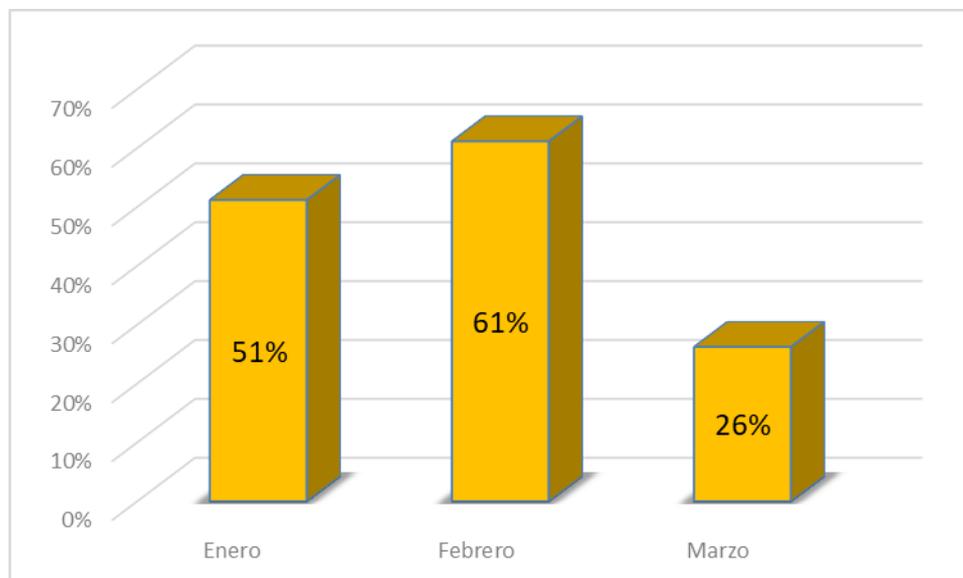
Resultado económico de enero, febrero y marzo 2021



Fuente: Elaboración propia

Figura N°4

Rentabilidad



Fuente: elaboración propia

En la figura N°4, se presenta los porcentajes de rentabilidad obtenidos en los tres primeros meses del año 2021. Hay que precisar que hubo una baja considerable en el mes de marzo a raíz de la pandemia por el covid-19.

3.5. Determinación del punto de equilibrio

Para la determinación del punto de equilibrio, se aplicó la fórmula multi producto, debido a que hay diferentes tipos de habitación que ofrece la empresa a sus clientes. Se hace necesario entonces aplicar dicha herramienta, en base a la distribución de ventas de los diferentes tipos de servicios.

Es necesario conocer las ventas totales y la participación porcentual de cada servicio en el importe total.

Tomando en cuenta que la información recopilada corresponde a tres meses, se procedió a obtener una cantidad promedio de venta de cada servicio, en base a la cantidad de servicios realizados por tipo de habitación. Tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N°16

Cantidad promedio de venta por tipo de habitación

Tipo de habitación	N° de servicios			Cantidad promedio
	Enero	Febrero	Marzo	
Simple	75	85	42	67
Doble	45	58	31	45
Matrimonial	36	38	18	31
Triple	22	44	12	26
Cuádruple	13	19	10	14
Multifamiliar	13	14	12	13
TOTAL	204	258	125	196

Fuente: elaboración propia

Luego, se determina el porcentaje de participación en ventas de cada tipo de servicio, tomando en cuenta la cantidad promedio y el valor de los servicios de acuerdo a tipo

de habitación. Se obtiene la tasa porcentual según lo muestra la tabla N°17 y la figura N°5.

Tabla N°17

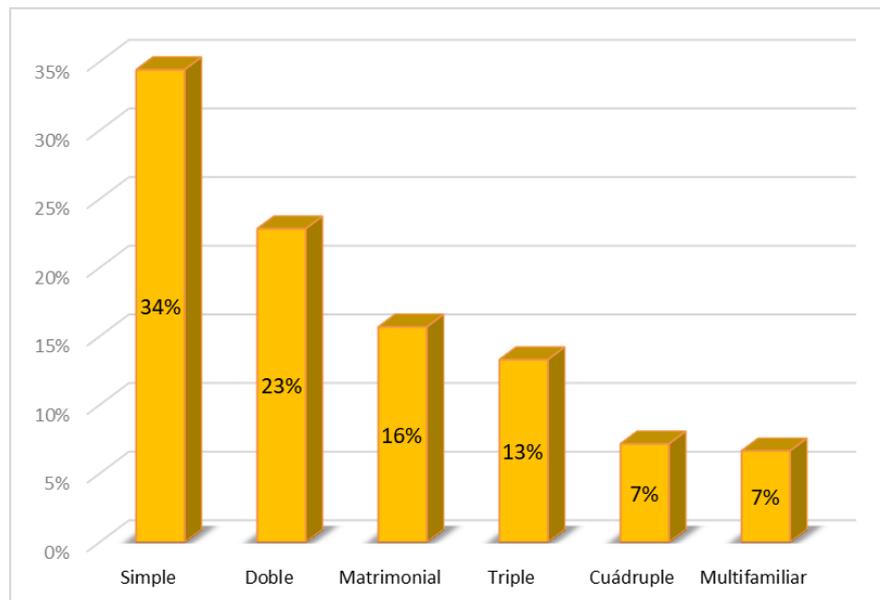
Participación porcentual en ventas por tipo de habitación

<i>Descripción</i>	<i>Unidades vendidas</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Simple</i>	67	34%
<i>Doble</i>	45	23%
<i>Matrimonial</i>	31	16%
<i>Triple</i>	26	13%
<i>Cuádruple</i>	14	7%
<i>Multifamiliar</i>	13	7%
Total	196	100%

Fuente: elaboración propia

Figura N°5

Participación porcentual en ventas



Fuente: Elaboración propia

Se determina el margen de contribución ponderado, tomando en cuenta establecer la contribución marginal por cada tipo de servicio, mediante la diferencia entre el precio de venta y el costo variable. A este importe de contribución marginal se le aplica la tasa porcentual de participación.

bla N°18

Margen de contribución marginal ponderado

<i>Descripción</i>	<i>P. Venta</i>	<i>C.Variable</i>	<i>Contribución Marginal</i>	<i>Margen Ponderado</i>
<i>Simple</i>	75.00	5.35	69.65	23.97
<i>Doble</i>	140.00	6.99	133.01	30.36
<i>Matrimonial</i>	150.00	8.55	141.45	22.17
<i>Triple</i>	160.00	9.06	150.94	20.06
<i>Cuádruple</i>	185.00	7.00	178.00	12.74
<i>Multifamiliar</i>	200.00	11.56	188.44	12.52
Total		48.51	861.49	121.81

Fuente: elaboración propia

La aplicación de la fórmula, toma en cuenta la división entre los costos fijos y el margen de contribución ponderado:

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Márgen de Contribución}}$$

P.E.=	Costo fijo	/	Márgen de contribución
P.E.=	11,158.24	/	121.81
P.E.=	92		

Es así como se obtiene el punto de equilibrio mensual, que son 92 servicios en total para no ganar ni perder. La determinación del número de servicios por tipo de habitación se determina aplicando la tasa de distribución porcentual en ventas, al punto de equilibrio obtenido, que son 92 servicios mensuales.

Tabla N°19

Comprobación del punto de equilibrio multiservicio

<i>Servicios</i>	<i>Precio</i>	<i>Ventas</i>	<i>Ingresos</i>	<i>Costos Variables</i>	<i>Utilidad Marginal</i>
<i>Simple</i>	<i>75.00</i>	<i>32</i>	<i>2364</i>	<i>168.60</i>	<i>2,195.55</i>
<i>Doble</i>	<i>140.00</i>	<i>21</i>	<i>2927</i>	<i>146.12</i>	<i>2,781.37</i>
<i>Matrimonial</i>	<i>150.00</i>	<i>14</i>	<i>2153</i>	<i>122.80</i>	<i>2,030.68</i>
<i>Triple</i>	<i>160.00</i>	<i>12</i>	<i>1947</i>	<i>110.32</i>	<i>1,837.18</i>
<i>Cuádruple</i>	<i>185.00</i>	<i>7</i>	<i>1213</i>	<i>45.88</i>	<i>1,166.62</i>
<i>Multifamiliar</i>	<i>200.00</i>	<i>6</i>	<i>1217</i>	<i>70.34</i>	<i>1,146.84</i>
Total		92	11822	664.07	11,158.24
				Costo Fijo	11,158.24
				Utilidad Neta	0

Fuente: elaboración propia

En la tabla N°19 se aprecia la comprobación del punto de equilibrio, en base a la proyección del número de servicios vendidos, la determinación de los ingresos y los costos variables en base a esa cantidad, obteniendo como resultado una utilidad marginal de 11,158.24 soles, de la cual se detrae los costos fijos y se obtiene la utilidad que es cero.

3.6. Estrategia para incrementar la rentabilidad en base al análisis costo-volumen-utilidad

Después de realizar el análisis costo-volumen- utilidad de la empresa Huanchaco Hostal S.R.L. se establece los siguiente:

- Los servicios que se brinda se diversifican de acuerdo al tipo de habitación.
- Los costos variables de cada tipo de servicio son bajos en comparación al precio de venta. Es muy difícil tratar de reducirlos. Además, dicha reducción no tendría un impacto significativo en los resultados.
- Los costos fijos del hostel son elevados, es decir se asumen permanentemente así no hallan ingresos.
- Se excluye de la propuesta el factor exógeno del impacto de cierre de establecimiento temporal producto del confinamiento por Covid-19, debido a ser una variable no controlada. Por lo tanto, se asume que la propuesta es aplicable a situaciones normales según el giro de dicho negocio.

Es por ello que la propuesta consiste en diseñar una estrategia que permita incrementar los ingresos para que la empresa pueda cubrir los costos fijos, que son elevados, en los períodos que se consideran como temporadas bajas.

Como el establecimiento está ubicado en Huanchaco, los ingresos decaen en época de invierno y otoño.

Para diseñar la propuesta, se solicitó información sobre los ingresos promedio en temporadas bajas. Con los datos recolectados se realizó un cálculo de las utilidades que se obtienen.

Tabla N°20

Utilidad probable en temporada baja (Datos supuestos)

Servicios	Precio	Ventas	Ingresos	Costos Variables	Utilidad Marginal
<i>Simple</i>	75.00	34	2550	181.86	2,368.14
<i>Doble</i>	140.00	22	3080	153.73	2,926.27
<i>Matrimonio</i>	150.00	15	2250	128.30	2,121.70
<i>Triple</i>	160.00	13	2080	117.83	1,962.17
<i>Cuádruple</i>	185.00	7	1295	49.00	1,246.00
<i>Multifamiliar</i>	200.00	7	1400	80.91	1,319.09
Total		98	12655	711.63	11,943.37
				Costo Fijo	11,158.25
				Utilidad Neta	785.12

Fuente: elaboración propia

En la tabla N°20 se calcula bajo datos supuestos, la utilidad obtenida por el negocio en temporadas bajas, tomando en cuenta lo señalado por la administradora con respecto a que las ventas se reducen a la mitad en temporadas bajas. Los costos fijos se mantienen elevados y como se puede apreciar, la utilidad neta baja considerablemente.

La propuesta implica una reducción en los precios del servicio, pero que resulte atractiva a los clientes. Por lo general, la mayoría de hoteles y hospedajes opta por bajar sus precios en temporadas de poca afluencia. Estas promociones deben ser difundidas mediante redes sociales. Para ello, la empresa necesita contratar a un especialista en comunicación digital, que difunda adecuadamente esta campaña. El objetivo es lograr impulsar el incremento de servicios alcanzando un aumento del 70% de las ventas que normalmente se

realizan en temporadas bajas. Esto se lograría si los precios de los servicios son rebajados. La disminución de precios debe ser considerable para que sea atractiva para el cliente. Se propone un descuento de 25%. El costo fijo se incrementaría en 1,000.00 por el pago al comunicador que se contrataría. En la tabla N°21 se analiza el punto de equilibrio en base a la propuesta, considerando:

- Los costos variables por habitación se mantienen
- Los precios de venta disminuyen en 25%
- Los costos fijos tienen un incremento de 1,000.00

Tabla N°21

Punto de equilibrio bajo propuesta (Datos supuestos)

<i>Descripción</i>	<i>P. Venta</i>	<i>C.Variable</i>	<i>Contribución Marginal</i>	<i>Margen Ponderado</i>
<i>Simple</i>	56.25	5.35	50.90	17.52
<i>Doble</i>	105.00	6.99	98.01	22.37
<i>Matrimonial</i>	112.50	8.55	103.95	16.29
<i>Triple</i>	120.00	9.06	110.94	14.74
<i>Cuádruple</i>	138.75	7.00	131.75	9.43
<i>Multifamiliar</i>	150.00	11.56	138.44	9.20
Total			633.99	89.55

Fuente: elaboración propia

P.E.=	Costo fijo	/	Márgen de contribución
P.E.=	12,158.25	/	89.55
P.E.=	136		

Se proyecta que, bajo el supuesto de la estrategia propuesta, el punto de equilibrio sería de 136 servicios al mes. Es decir 38 servicios más que el número promedio de servicios vendidos en temporada baja. Cifra que se estima

será sencilla cubrir con la rebaja de precios en los tipos de habitación que ofrece el negocio.

Bajo el supuesto de la aplicación de la estrategia, se proyecta los resultados en la siguiente tabla, considerando el incremento de 70% en los servicios por tipo de habitación.

Tabla N°22

Resultados proyectados en base a propuesta

Servicios	Precio	Ventas	Ingresos	Costos Variables	Utilidad Marginal
<i>Simple</i>	56.25	57	3206	304.88	2,901.37
<i>Doble</i>	105.00	40	4200	279.51	3,920.49
<i>Matrimonio</i>	112.50	28	3150	239.50	2,910.50
<i>Triple</i>	120.00	23	2760	208.46	2,551.54
<i>Cuádruple</i>	138.75	13	1804	91.01	1,712.74
<i>Multifamiliar</i>	150.00	12	1800	138.70	1,661.30
Total		173	16920	1262.06	15,657.94
				Costo Fijo	12,158.25
				Utilidad Neta	3,499.70

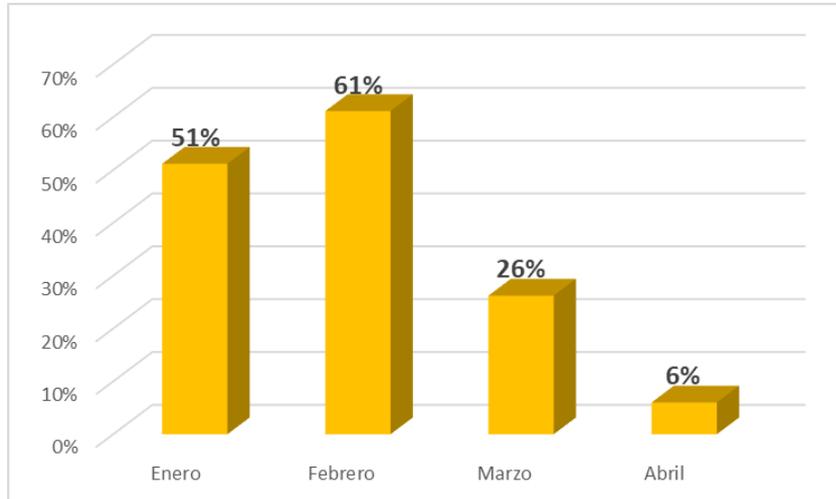
Fuente: elaboración propia

Con la estrategia propuesta, se obtendría una utilidad aproximada de 3,499.70 soles, lo que permitiría al negocio, obtener una mayor rentabilidad de la habitual en época de temporada baja.

Como se aprecia en las figuras 6 y 7, hay una probable mejora en la rentabilidad a partir de la estrategia recomendada. Esto permitiría incrementar el porcentaje de 6% a 21%.

Figura N°6

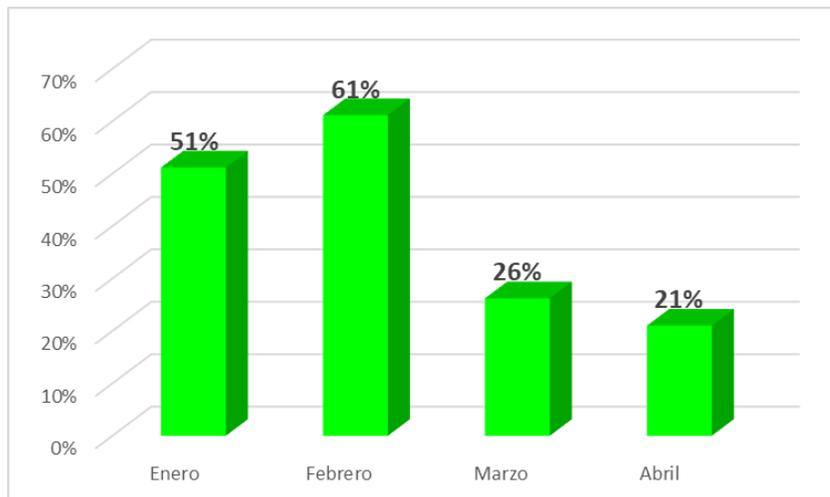
Proyección de rentabilidad sin aplicación de estrategia



Fuente: elaboración propia

Figura N°7

Proyección de rentabilidad con aplicación de estrategia a partir de abril



CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

A través de los resultados obtenidos en la presente investigación, se valida la hipótesis, debido a que el análisis del costo-volumen-utilidad permitió diseñar una estrategia para incrementar la rentabilidad en la empresa Huanchaco Hostal S.R.L. a partir de la obtención de la contribución marginal y la comparación de los costos y gastos fijos con el nivel de ingresos.

Se pudo determinar que la empresa no contaba con una estructura adecuada de los costos, hecho que no le permitía analizar estrategias o toma de decisiones que permitan mejorar los resultados económicos, sobre todo en temporadas en las que las ventas decaen considerablemente. Este resultado coincide con lo señalado en la investigación de Warren, Reeve y Duchac (2010), quienes indicaron que el conocer el comportamiento de los costos ayuda a la administración a pronosticar ganancias conforme varíen los volúmenes de venta y producción. Este pronóstico es esencial para una correcta toma de decisiones.

Al analizar los costos fijos y variables, se obtuvo como resultado que en este rubro, el costo más elevado es el costo fijo, sobre todo la depreciación y las remuneraciones. Es importante recalcar que las inversiones en equipos, muebles y otros, es bastante alta y demanda una fuerte inversión, que lo convierte en un costo fijo recuperable a largo plazo, en cambio los costos variables son mínimos, ya que lo que se ofrece básicamente es el servicio de estadía en las instalaciones. La importancia de una correcta clasificación coincide con lo indicado por Tapia (2013), cuya investigación permitió determinar con precisión los costos fijos y variables los cuales no eran

óptimos al momento de calcular la rentabilidad bruta y es por ello que la gestión de la empresa no se desarrollaba de manera adecuada.

El punto de equilibrio que se determinó, logró establecer un parámetro que permitirá al negocio impulsar los servicios para maximizar sus utilidades, con la información de lo mínimo de servicios que debe lograr para no llegar a obtener pérdidas. Este resultado se relaciona por lo señalado por Pérez (2010), sobre la importancia del punto de equilibrio. Indicando qué si se vende o producen cantidades de productos por debajo del punto de equilibrio, la empresa operará con pérdidas, mientras que si se vende o producen productos por encima de ese valor la empresa operará con utilidades.

Al realizar el análisis del costo-volumen-utilidad, se pudo desarrollar una comparación de los costos y su variación, permitiendo establecer que los costos variables eran mínimos en relación al precio, y que los costos fijos eran elevados y no podrían ser rebajados, por tratarse sobre todo de inversiones que sufrían depreciación, y de planilla del personal permanente. Se resalta entonces la importancia de lo señalado por Murga y Pérez (2017), que en su investigación indican la importancia que tiene este análisis que incluye la clasificación de los costos de producción en fijos y variables, que sirve como un indicador para establecer estrategias que ayudarán a obtener una rentabilidad bruta deseada.

El análisis permitió precisar que los costos no podrían ser rebajados, es por ello que se propuso una estrategia que permita fijar precios para maximizar las ventas, sobre todo en época de ventas bajas.

Es por ello que la estrategia se relaciona con lo señalado por Marsano (2014), quien indica que la gerencia debe apuntar a la maximización de las ventas debido a los costos fijos elevados que presentan los hoteles, que encuentran que es

económicamente rentable ofrecer tarifas reducidas para las temporadas bajas siempre y cuando estos ingresos provenientes de las tarifas reducidas sobrepasen los costos incurridos.

4.2 Conclusiones

- El análisis del costo – volumen – utilidad, realizado en la empresa Huanchaco Hostal S.R.L. permitió diseñar una estrategia con el propósito de incrementar la rentabilidad del negocio, que por su giro presenta temporadas donde decae las ventas afectando su crecimiento económico; teniendo en cuenta la rebaja de precios para aumentar el número de servicios vendidos.
- La empresa no contaba con información de ingresos o costos, que le permitiera conocer sus resultados. Desconocía la clasificación de costos en fijos y variables y no aplicaba ninguna estrategia para poder mejorar sus resultados.
- La clasificación de costos por su variabilidad permitió determinar el importe de costos fijos y variables, concluyendo que los costos variables son muy bajos en comparación con el precio de los servicios, mientras que los costos fijos son elevados y el mayor importe se refiere a depreciación y a remuneraciones.
- Los resultados económicos determinan una utilidad considerable en los meses de temporada alta como enero y febrero, con tasas de rentabilidad de 51% y 61%, a partir de marzo disminuye considerablemente a 26% y se proyecta una baja en los siguientes meses que llegaría a 6%, siendo necesario aplicar alguna estrategia para mejorar la rentabilidad de la empresa.
- Es necesario que el negocio maneje herramientas de gestión como el punto de equilibrio, el cual fue determinado y estableció el número de servicios que se debe alcanzar para no ganar ni perder. La contribución marginal fue distribuida de acuerdo

al porcentaje de servicios por habitación según la venta total, que para el punto de equilibrio es 92 servicios.

- En base al análisis de costo-volumen-utilidad se diseñó una estrategia teniendo en cuenta la reducción de precios en temporada baja para incrementar el número de servicios. Además, es indispensable el manejo de redes sociales para difundir adecuadamente las promociones y rebajas. Esta estrategia permitiría incrementar la rentabilidad del negocio en temporada baja.

REFERENCIAS

- Aguilá, S.; Bagur, L.; & Boned, J. (2010) *Reducción de Costes: Una perspectiva Histórica*, Revista de Contabilidad y Dirección Vol. 11, año 2010, pp. 117-143. Universidad Pompeu Fabra, España.
- Baldini, R. & Casari, M. (2008), *Los modelos de Costeo y la Gestión empresarial*. Invenio, Vol.11 N°20 Universidad del Centro Educativo Latinoamericano Rosario, Argentina.
- <file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-LosModelosDeCosteoYLaGestionEmpresariaPrimeraParte-4229915.pdf>
- Bavaresco, A. (2001). *Proceso metodológico en la investigación (cómo hacer un diseño de investigación)*. Maracaibo, Venezuela: Editorial de la Universidad del Zulia.
- Cabrera T, & Tenesaca G(2017): "*Costo-volumen-utilidad y su efecto en la rentabilidad*", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (agosto 2017). En línea: Recuperado en <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/costo-volumen-utilidad.html>
- Corbetta, P. 2007. *Metodología y técnicas de investigación social*. Mc Graw Hill. Madrid (España)
- Chambergó I. (2008) *Relación Costo-Volumen-Utilidad y el análisis del punto de Equilibrio como herramienta de Negocios*. Lima: Actualidad Empresarial.
- Fernández, P. & Pértega, S. (2001) *Unidad de Epidemiología Clínica y Bioestadística*. Complejo Hospitalario Juan Canalejo. A Coruña. Madrid

García J, (2014), *Contabilidad de Costos*, 4. Ed. México, D.F.. Mc Graw-Hill. 2014.
320 p.

Gómez O; (2012) *Costo, volumen, precio y utilidad: dinámica del desempeño financiero industria confecciones infantiles*, Cuaderno de Administración, Universidad del Valle, México, volumen 28, N° 47. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v28n47/v28n47a05.pdf>

Díaz, D. &, Calzadilla A. *Artículos científicos, tipos de investigación y productividad científica en las ciencias de la salud*. Rev Cienc Salud. 2016;14(1): 115-121. doi: dx.doi.org/10.12804/revsalud14.01.2016.10

Jiménez Lemus W., (2010). *Contabilidad de costos* (1era edición). Bogotá -Colombia: Fundación para la educación superior. San Mateo.

Marsano, J. (2014). *Una metodología para analizar la relación costo-volumen-utilidades en los hoteles*. Turismo y Sociedad. Recuperado de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2183>

Altamirano, M. & Arévalo. V., (2012). "Propuesta de diseño de un sistema de contabilidad de costos aplicado al hostal "La Casona" ubicado en la ciudad de Cuenca, Ecuador 2014." Tesis para obtener el título de ingeniero de contabilidad y auditoría. Universidad Politécnica Salesiana. Cuenca, Ecuador.

Murga, R & y Pérez, S., (2017) *"Análisis de costo volumen utilidad como herramienta para la maximización de la rentabilidad bruta en la empresa calzados Yamil en Trujillo, 2017."* Tesis para optar el título de contador público. Universidad Privada del norte, Trujillo, Perú.

- Pérez, P (2017) “*Análisis del punto de equilibrio en la determinación de precios en el sector gastronómico en la ciudad de Ambato*” Tesis para optar el título de magister en contabilidad y auditoría. Universidad Técnica de Abanto, Abanto, Ecuador.
- Pérez; J. & Fernandez, A. (2019). *Análisis Costo Volumen Utilidad y su impacto en la toma de decisiones financieras en las empresas del sector gastronómico en las pollerías ubicadas en el Distrito de Callao, 2018*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. Tesis para optar el título de Licenciado en Contabilidad. Recuperado de <https://doi.org/10.19083/tesis/625775>
- Ramírez, D. (2008). *Contabilidad administrativa*. México, DF, México: Editorial McGraw Hill.
- Rodríguez, P. & Martínez, F. (2017), “*La Relación Costo-Volumen-Utilidad y su impacto en la Gestión Empresarial para la Empresa de Derivados del Cacao*”, Revista Caribeña de Ciencias Sociales (octubre 2017). En línea: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2017/10/gestion-empresarial-cacao.html>
- Suárez, M. (2019) *¿Cómo realizar una gestión de costos en el rubro hotelero para la mejor toma de decisiones?* Revista Inquietud Empresarial. Vol. XIX. Universidad Católica del Uruguay. https://revistas.uptc.edu.co/index.php/inquietud_empresarial/article/view/8939
- Tantalean, M. (2015). *El Alcance de las investigaciones jurídicas*, Avances. 221-236 Recuperado de <http://revistas.upagu.edu.pe/indez.php/AV/article/view/173>
- Tapia, V. (2013) *Implementación del Modelo Costo-volumen-utilidad para mejorar la Gestión Administrativa en el Centro Educativo Particular Nuestra Señora del*

Perpetuo Socorro E.I.R.L, Tesis para optar título de Contador Público,
Universidad Nacional de Trujillo, Recuperado de
[http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2360/tapia_victoria.p
df?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2360/tapia_victoria.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Useche, M.; Artigas, W.; Queipo, B. & Perozo; E. 2019) *Técnicas e instrumentos de
recolección de datos cuali-cuantitativos*. Universidad de La Guajira. Primera
edición. Recuperado de
[file:///C:/Users/HP/Downloads/LIBRO%20Técnicaseinstrumentosrecoleccinded
atos-web-.pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/LIBRO%20Técnicaseinstrumentosrecoleccindedatos-web-.pdf)

Warren, Reeve & Duchac (2010) *Contabilidad Administrativa*. 10 a. edición, Cengage
Learning. México. <http://latinoamerica.cengage.com>

ANEXOS

ANEXO N°1

GUÍA DE ENTREVISTA

Entidad	:Huanchaco Hostal SRL
Nombres y Apellidos	:Lucía Villacorta Rivera
Área	:Administración
Cargo	:Administradora
Alumna	:Evelyn Carol Albán Guerra
Fecha	:15/01/2021

- I. Objetivo** : Recopilar información respecto a los costos del servicio
- II. Instrucciones** : Responder las preguntas en forma clara y precisa
- Entrevistador** : Buenos días, queremos realizar algunas preguntas con respecto al negocio y sus operaciones. Agradecemos su tiempo.

1. ¿ La empresa tiene una estructura de costos del servicio?

En realidad, no contamos con información sobre la estructura de costos.

2. ¿Considera que es necesario realizar un análisis de los costos con el fin de utilizar la información para tomar decisiones que mejoren los resultados económicos?

Considero que si es importante contar con esa información, ya que nos permitiría analizar mejor algunas medidas que se puedan tomar para obtener mayores ganancias

3. ¿Cómo determinan los precios de cada servicio?

En realidad, nos basamos en los precios del mercado y la competencia ya que hay varios establecimientos en Huanchaco que ofrecen los mismos servicios

4. ¿Conocen si los ingresos cubren los costos y gastos incurridos en cada servicio?

Solo en forma general sabemos que si cubren, porque los ingresos permiten cubrir los gastos y siempre tenemos un excedente, pero nos gustaría saber con exactitud las cifras de ganancia para poder saber como reinvertir o gastar.

5.¿Cuál es el servicio que tiene mayor demanda?

El que más se vende es el servicio de habitación simple.

6.De qué manera identifican ¿que costos incurren en el la prestación del servicio de hospedaje?

En realidad no tenemos una estructura especifica de los costos, solo sabemos que suministros se usan más.

Muchas gracias por la entrevista

ANEXO N°2
Ficha de Análisis Documental

Documento: Registro de servicios diarios

Período: enero, febrero y marzo 2021

Información analizada: Cantidad de servicios por tipo de habitación

Fecha	enero						febrero						marzo					
	Simple	Doble	Matrimonial	Triple	Cuádruple	Multifamiliar	Simple	Doble	Matrimonial	Triple	Cuádruple	Multifamiliar	Simple	Doble	Matrimonial	Triple	Cuádruple	Multifamiliar
1	3	0	0	0	0	0	2	1	1	2	1	0	2	1	2	0	0	1
2	3	1	1	0	0	1	3	3	0	3	0	0	1	2	1	0	0	0
3	4	1	1	0	0	0	2	2	1	1	1	1	2	1	0	0	1	0
4	1	0	2	1	0	1	3	1	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0
5	3	0	0	1	1	1	2	2	1	2	0	1	1	2	1	1	1	0
6	2	1	2	0	1	0	2	2	2	1	0	0	1	0	1	1	0	1
7	3	1	0	1	1	1	2	2	2	3	2	0	3	1	0	0	2	1
8	2	1	0	0	0	0	3	2	3	0	0	1	1	1	0	1	0	0
9	2	2	0	0	1	1	1	3	2	2	1	0	2	0	1	0	0	1
10	3	1	1	0	0	0	2	1	2	2	0	1	0	2	0	1	0	0
11	2	2	2	1	1	1	5	2	1	3	0	0	1	0	0	0	0	1
12	5	2	2	0	0	0	3	3	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0
13	3	3	1	0	0	1	4	2	1	2	1	0	0	1	0	1	1	0
14	3	2	1	1	1	1	4	3	2	2	1	0	1	0	1	1	0	0
15	2	1	1	0	1	0	2	3	2	1	0	0	2	1	1	1	0	0
16	3	3	0	0	1	0	4	3	2	2	2	2	1	2	2	0	1	0
17	2	2	1	1	0	0	3	1	2	1	2	1	2	0	1	1	0	1
18	3	1	0	1	0	1	4	2	2	3	1	0	3	3	0	1	1	0
19	2	2	1	1	1	0	4	2	1	2	0	0	2	0	0	0	0	1
20	2	2	2	2	0	1	4	3	3	2	0	1	3	1	0	0	0	0
21	2	2	2	1	0	0	4	2	2	2	0	0	1	2	0	0	0	2
22	3	2	3	2	1	1	4	3	0	2	1	1	2	1	1	1	0	0
23	1	3	2	1	1	0	5	3	2	1	0	2	2	2	1	0	1	0
24	2	1	2	1	0	0	3	1	0	2	0	0	3	2	2	0	0	0
25	2	1	1	2	0	0	3	2	1	2	1	0	1	0	0	1	0	0
26	1	1	1	2	1	0	4	2	1	0	2	0	0	1	1	0	1	1
27	1	0	1	1	0	0	3	2	1	0	1	2	2	2	1	0	0	1
28	2	2	2	0	0	1	-	-	-	-	-	-	1	0	0	1	0	0
29	2	2	2	1	0	0	-	-	-	-	-	-	1	2	1	0	0	0
30	4	2	1	1	1	0	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0	1
31	2	1	1	0	0	1	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0	0
	75	45	36	22	13	13	85	58	38	44	19	14	42	31	18	12	10	12

ANEXO N°03

Ficha de Análisis Documental

Documento: Registro de Activos y Comprobantes de pago

Información analizada: Cantidad, costo y vida útil de activos

Tipo de activo	Cantidad	Costo unitario	Importe total	Vida útil
<i>Camas</i>	71	338.98	24067.80	10
<i>Mesas de noche</i>	98	55.08	5398.31	10
<i>Televisores</i>	31	508.47	15762.71	10
<i>Roperos</i>	31	169.49	5254.24	10
<i>Toallas</i>	100	8.47	847.00	3
<i>Sábanas</i>	115	33.90	3898.50	3
<i>Cortinas</i>	31	59.32	1838.92	5
<i>Almohadas</i>	82	12.71	1042.22	2
<i>Colchones Plaza y media</i>	61	300.00	18300.00	5
<i>Colchones Dos plazas</i>	4	600.00	2400.00	5
<i>Colchones Queen</i>	6	1500.00	9000.00	5
<i>Edredones Plaza y media</i>	70	80.00	5600.00	3
<i>Edredones Dos plazas</i>	8	120.00	960.00	3
<i>Edredones Queen</i>	12	160.00	1920.00	3

ANEXO N° 04

Fotografías del negocio



