



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniero en
Contabilidad y Auditoría CPA.**

Tema:

**“Los costos y la fijación de los precios del servicio de hospedaje en los hoteles de la
ciudad de Baños”**

Autor: Hidalgo Ganán, Edgar Roberto

Tutor: Dr. Msc. Tobar Vasco, Guido Hernán

Ambato – Ecuador

2017

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dr. Msc. Guido Hernán Tobar Vasco, con cédula de ciudadanía N° 180144999-0, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación sobre el tema: **“LOS COSTOS Y LA FIJACIÓN DE LOS PRECIOS DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE EN LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE BAÑOS”** desarrollado por Edgar Roberto Hidalgo Ganán, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Junio del 2017

TUTOR



.....
Dr. Msc. Guido Hernán Tobar Vasco
CC.180144999-0

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Edgar Roberto Hidalgo Ganán, con cédula de ciudadanía N°160069286-5, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto investigación, bajo el tema: **“LOS COSTOS Y LA FIJACIÓN DE LOS PRECIOS DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE EN LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE BAÑOS”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Junio del 2017

AUTOR



Edgar Roberto Hidalgo Ganán

C.C. 160069286-5

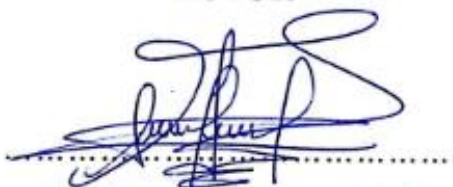
CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, Junio del 2017

AUTOR



Edgar Roberto Hidalgo Ganán

C.C. 160069286-5


APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación, sobre el tema: **“LOS COSTOS Y LA FIJACIÓN DE LOS PRECIOS DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE EN LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE BAÑOS”** elaborado por Edgar Roberto Hidalgo Ganán, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.


Ambato, Junio del 2017



.....
Eco. Mg. Diego Proaño
PRESIDENTE



.....
Dr. Carlos Barreno
MIEMBRO CALIFICADOR



.....
Dr. Fabián Mera
MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación lo dedico a mis padres que más admiro, por el esfuerzo para educarme y sus valiosos consejos, a Ámbar y Marcia mis hermanas por el apoyo incondicional a mis amigos y familia por brindarme su apoyo económico y moral. A Dios por la sabiduría y por estar siempre junto a mí animándome a seguir adelante.

Edgar Roberto Hidalgo Ganán

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a Dios por la bendición de poder culminar mi carrera profesional, a la Universidad Técnica de Ambato, a la Facultad de Contabilidad y Auditoría que ha sido la generadora de mi perfil profesional y ético a través de sus excelentes docentes, mi gratitud al Dr. Guido Tobar, por la guía y paciencia prestada durante mi proyecto de Investigación, a mis padres y a mis hermanas quienes han contribuido para que logre culminar una etapa más en mi vida estudiantil.

Edgar Roberto Hidalgo Ganán

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA: “LOS COSTOS Y LA FIJACION DE LOS PRECIOS DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE EN LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE BAÑOS”

AUTOR: Edgar Roberto Hidalgo Ganán

TUTOR: Dr. Msc. Tobar Vasco, Guido Hernán

FECHA: Junio 2017

RESUMEN EJECUTIVO

En la situación actual que se encuentra el sector hotelero de la ciudad de Baños establecido en la provincia de Tungurahua, es necesario establecer la incidencia de la determinación de los costos en la fijación del precio en el servicio de hospedaje siendo de gran prioridad para una adecuada toma de decisiones e indicar el gran problema detectado como es el inadecuado cálculo de los costos, causado por una inapropiada determinación de los costos, teniendo como consecuencias una deficiencia en la fijación de precios del servicio de hospedaje. Hoy en día con los constantes cambios empresariales, este sector no puede estar ajeno a este tipo de dificultades.

Por esta razón el presente trabajo investigativo tiene como propósito dar alternativas de solución a problemas presentados al momento de determinar los costos y los precios del servicio de hospedaje en los hoteles de la ciudad de Baños, para que en el diario desarrollar de sus actividades económicas estas sean eficientes, tomando en consideración que en el caso de no implementar las herramientas de solución adecuados, en el futuro podrían presentarse conflictos que afecten a su utilidad y al crecimiento de la empresa. Así mismo este trabajo investigativo, será de gran apoyo para que gerencia tome decisiones de una manera eficiente y eficaz, misma que ayudara de una manera adecuada a la fijación de precios del servicio de hospedaje en forma sencilla y directa.

PALABRAS DESCRIPTORAS: HOTELES DE LA CIUDAD DE BAÑOS, LOS COSTOS, FIJACIÓN DE LOS PRECIOS, RENTABILIDAD, TOMA DE DECISIONES.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDIT
ACCOUNTING AND AUDIT CAREER

TOPIC: “THE COSTS AND THE FIXING OF THE PRICES OF THE LODGING SERVICE IN THE HOTELS OF THE CITY OF BAÑOS”

AUTHOR: Edgar Roberto Hidalgo Ganán

TUTOR: Dr. Msc. Tobar Vasco, Guido Hernán

DATE: June 2017

ABSTRACT

In the present situation that is the hotel sector of the city of Baños established in the province of Tungurahua, it is necessary to establish the incidence of the determination of the costs in the fixation of the price in the service of lodging being a high priority for an adequate Decision making and indicate the great problem detected as the inadequate calculation of costs, caused by an inappropriate determination of costs, resulting in a deficiency in the pricing of the hosting service. Nowadays with constant business changes, this sector can't be unaware of this type of difficulties.

For this reason the present research work has as purpose to give alternative solutions to problems presented at the time of determining the costs and prices of the service of lodging in the hotels of the city of Baños, so that in the daily develop their economic activities these Are efficient, taking into account that in the case of not implementing the appropriate solution tools, in the future there could be conflicts that affect its usefulness and the growth of the company. Likewise, this investigative work will be of great support for management to make decisions in an efficient and effective manner, which will help in a suitable way to fix the prices of the hosting service in a simple and direct.

KEYWORDS: HOTELS OF THE CITY OF BAÑOS, COSTS, FIXING OF PRICES,
UTILITIES, DECISION MAKING.

ÍNDICE GENERAL

| CONTENIDO | PÁGINA |
|--|--------|
| PÁGINAS PRELIMINARES | |
| PORTADA | i |
| APROBACIÓN DEL TUTOR..... | ii |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA..... | iii |
| CESIÓN DE DERECHOS..... | iv |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO | v |
| DEDICATORIA | vi |
| AGRADECIMIENTO | vii |
| RESUMEN EJECUTIVO..... | viii |
| ABSTRACT..... | x |
| ÍNDICE GENERAL..... | xii |
| ÍNDICE DE TABLAS | xv |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | xviii |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO I | 2 |
| 1.1. Descripción y formulación del Problema..... | 2 |
| 1.1.1. Descripción y Contextualización | 2 |
| 1.1.2. Formulación y Análisis Crítico..... | 7 |
| 1.1.2.1. Análisis Crítico | 7 |

| | |
|---|----|
| 1.1.2.2. Formulación del Problema | 8 |
| 1.1.2.3. Delimitación del objeto de investigación..... | 8 |
| 1.2. Justificación..... | 8 |
| 1.3. Objetivos | 9 |
| 1.3.1. Objetivo General | 9 |
| 1.3.2. Objetivos Específicos..... | 9 |
| CAPÍTULO II | 10 |
| 2.1. Antecedentes Investigativos..... | 10 |
| 2.2. Fundamentación Científico – Técnica | 12 |
| 2.2.1. Fundamentación legal | 15 |
| 2.3. Preguntas Directrices y/o hipótesis | 40 |
| 2.3.1. Preguntas Directrices | 40 |
| 2.3.2. Hipótesis..... | 41 |
| CAPÍTULO III | 42 |
| 3.1. Modalidad, Enfoque y Nivel de Investigación..... | 42 |
| 3.1.1 Modalidad de la Investigación | 42 |
| 3.1.2. Enfoque de la Investigación..... | 43 |
| 3.1.3. Nivel de Investigación..... | 44 |
| 3.2. Población, Muestra y Unidad de Investigación | 44 |
| 3.2.1. Población..... | 44 |
| 3.2.3. Unidad de Investigación..... | 46 |
| 3.3. Operacionalización de Variables..... | 47 |
| 3.3.1. Variable Independiente: Los Costos | 47 |

| | |
|---|-----------|
| 3.3.2. Variable Independiente: Fijación de Precios..... | 48 |
| 3.4. Descripción detallada del tratamiento de la información..... | 49 |
| 3.4.1. Plan de Recolección de la Información..... | 49 |
| 3.4.2. Plan de procesamiento y análisis de la información | 49 |
| CAPÍTULO IV | 52 |
| 4.1. Principales resultados..... | 52 |
| 4.1.1. Resultados | 53 |
| 4.1.2. Verificación de la Hipótesis | 74 |
| 4.2. Limitaciones de Estudio..... | 93 |
| 4.3. Conclusiones | 93 |
| 4.4. Recomendaciones..... | 94 |
| Referencias bibliográficas..... | 96 |
| ANEXOS | 101 |

ÍNDICE DE TABLAS

| CONTENIDO | PÁGINA |
|--|--------|
| Tabla N° 1: Hoteles, restaurantes y agencias de viaje de la región..... | 5 |
| Tabla N° 2: Distribución de establecimientos de hospedaje en la ciudad de baños 2016. | 6 |
| Tabla N° 3: Hoteles y Hostales de la Ciudad de Baños | 45 |
| Tabla N° 4: Operacionalización de la Variable Independiente | 47 |
| Tabla N° 5: Operacionalización de la Variable Dependiente | 48 |
| Tabla N° 6: Plan de Recolección de datos | 49 |
| Tabla N° 7: Conocimiento de la clasificación de los Costos | 53 |
| Tabla N° 8: Determinación de los Costos | 54 |
| Tabla N° 9: Técnica o sistema para determinar los Costos..... | 55 |
| Tabla N° 10: Como se determinan los costos | 56 |
| Tabla N° 11: Conocimiento del tipo de Materiales y Suministros..... | 57 |
| Tabla N° 12: Calidad de los materiales y suministros | 58 |
| Tabla N° 13: Desperdicio de Materiales y Suministros | 59 |
| Tabla N° 14: Parámetros se determina el costo del personal del servicio | 60 |
| Tabla N° 15: Conocimiento de los otros costos de servicios | 61 |
| Tabla N° 16: Base de asignación de los otros costos del servicio | 62 |

| | |
|--|----|
| Tabla N° 17: Adecuada técnica o sistema para determinar los costos de hospedaje | 63 |
| Tabla N° 18: Los clientes como factor en el precio | 64 |
| Tabla N° 19: Precios ofertados por las empresas competidoras | 65 |
| Tabla N° 20: Porcentaje de utilidad del servicio ofertado | 66 |
| Tabla N° 21: Políticas basadas en precios..... | 67 |
| Tabla N° 22: Fijación de los precios del servicio de hospedaje según los costos..... | 68 |
| Tabla N° 23: Descuentos para incrementar las ventas | 69 |
| Tabla N° 24: Precio en relación de la competencia | 70 |
| Tabla N° 25: Consideración de la globalización para fijar los precios | 71 |
| Tabla N° 26: Alcance de los Objetivos | 72 |
| Tabla N° 27: Adecuado precio fijado al servicio | 73 |
| Tabla N° 28: Frecuencias Observadas | 76 |
| Tabla N° 29: Frecuencias Esperadas | 76 |
| Tabla N° 30: Cálculo del Chi Cuadrado..... | 76 |
| Tabla N° 31: Clasificación de los otros costos de servicios..... | 79 |
| Tabla N° 32: Determinación del costo del personal de servicio "Hotel Moniks" | 80 |
| Tabla N° 33: Determinación del costo del personal de servicio "Real" | 80 |
| Tabla N° 34: Determinación de los otros costos de servicio "Hotel Moniks" | 81 |
| Tabla N° 35: Determinación de los otros costos de servicio "Real" | 81 |

| | |
|---|----|
| Tabla N° 36: Hojas de Costos Hotel Sangay (Simple, Doble, Triple, Cuádruple)..... | 82 |
| Tabla N° 37: Hojas de Costos Hotel Moniks (Plaza simple, Plaza doble, Suite simple, Suite doble) | 83 |
| Tabla N° 38: Hoja de Costos Hotel Moniks (Suite Triple, Suite Cuádruple, Suite Quíntuple) | 84 |
| Tabla N° 39: Hojas de Costos Real (Simple, Doble, Triple, Cuádruple)..... | 85 |
| Tabla N° 40: Hojas de Costos Real (Plaza simple, Plaza doble, Suite simple, Suite doble)..... | 86 |
| Tabla N° 41: Hoja de Costos Real (Suite Triple, Suite Cuádruple, Suite Quíntuple)..... | 87 |
| Tabla N° 42: Cuadro de costos y precios de venta "Hotel Moniks" | 88 |
| Tabla N° 43: Cuadro de ventas "Hotel Moniks" | 88 |
| Tabla N° 44: Cuadro de costos y precios de venta "Real" | 89 |
| Tabla N° 45: Cuadro de Ventas "Real" | 89 |
| Tabla N° 46: Determinación de los costos fijos unitarios "Hotel Moniks" | 90 |
| Tabla N° 47: Determinación de los Costos variables unitarios "Hotel Sangay" | 90 |
| Tabla N° 48: Determinación de los costos fijos unitarios "Real" | 91 |
| Tabla N° 49: Determinación de los costos variables unitarios "Real" | 91 |
| Tabla N° 50: Ventas del mes "Hotel Moniks" | 92 |
| Tabla N° 51: Ventas del mes "Real" | 92 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| CONTENIDO | PÁGINA |
|---|--------|
| Gráfico N° 1: Balanza General..... | 3 |
| Gráfico N° 2: Árbol de Problema..... | 7 |
| Gráfico N° 3: Categorías Fundamentales..... | 12 |
| Gráfico N° 4: Constelación de Ideas de la Variable Independiente..... | 13 |
| Gráfico N° 5: Constelación de Ideas de la Variable Dependiente..... | 14 |
| Gráfico N° 6: Permisos, tasas y contribuciones de los Hoteles..... | 18 |
| Gráfico N° 7: Clasificación de los Costos..... | 25 |
| Gráfico N° 8: Conocimiento de la clasificación de los Costos..... | 53 |
| Gráfico N° 9: Determinación de los Costos..... | 54 |
| Gráfico N° 10: Técnica o sistema para determinar los Costos..... | 55 |
| Gráfico N° 11: Como se determinan los costos..... | 56 |
| Gráfico N° 12: Conocimiento del tipo de Materiales y Suministros..... | 57 |
| Gráfico N° 13: Calidad de los materiales y suministros..... | 58 |
| Gráfico N° 14: Desperdicio de Materiales y Suministros..... | 59 |
| Gráfico N° 15: Parámetros se determina el costo del personal del servicio..... | 60 |
| Gráfico N° 16: Conocimiento de los otros costos de servicios..... | 61 |

| | |
|---|----|
| Gráfico N° 17: Base de asignación de los otros costos del servicio | 62 |
| Gráfico N° 18: Adecuada técnica o sistema para determinar los costos de hospedaje ... | 63 |
| Gráfico N° 19: Los clientes como factor en el precio | 64 |
| Gráfico N° 20: Precios ofertados por las empresas competidoras | 65 |
| Gráfico N° 21: Porcentaje de utilidad del servicio ofertado | 66 |
| Gráfico N° 22: Políticas basadas en precios..... | 67 |
| Gráfico N° 23: Fijación de los precios del servicio de hospedaje según los costos..... | 68 |
| Gráfico N° 24: Descuentos para incrementar las ventas | 69 |
| Gráfico N° 25: Precio en relación de la competencia | 70 |
| Gráfico N° 26: Consideración de la globalización para fijar los precios | 71 |
| Gráfico N° 27: Alcance de los Objetivos | 72 |
| Gráfico N° 28: Adecuado precio fijado al servicio | 73 |
| Gráfico N° 29: Tabla del Chi Cuadrado..... | 75 |
| Gráfico N° 30: Verificación de la Hipótesis | 77 |

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación realizado a los hoteles de Baños se sustenta en la información primaria y secundaria recogida durante el desarrollo del mismo, con el propósito de abarcar el mayor conocimiento para resolver las problemáticas encontradas y presentar una alternativa de solución.

Toda la información recopilada en el proyecto, se obtuvo de entrevistas, y trabajo de campo realizado en el sector hotelero de Baños, y la teoría y metodología utilizada fue tomada de libros, tesis, revistas virtuales.

El contenido de la investigación está compuesta de cuatro capítulos, dentro de cada uno se muestra detalladamente el tratamiento que se ha dado a la información, de igual forma permite tener de forma ordenada las ideas desde el principio hasta el final de la investigación.

Capítulo I denominado Análisis y Descripción del Problema de Investigación, permitiendo describir la problemática principal y contiene: el tema de investigación, descripción del problema, la justificación, el objetivo general y objetivos específicos.

Capítulo II denominado Marco Teórico, donde se describe los referentes teóricos en los cuales se fundamenta la investigación, contiene: antecedentes investigativos, fundamentación científico-técnica, fundamentación filosófico, fundamentación legal, categorías fundamentales que le dan el sustento dialéctico y gráfico a la investigación, y la hipótesis.

Capítulo III denominado Metodología, que explica los mecanismos, estrategias o procedimientos a seguirse, contiene la modalidad, enfoque y nivel de investigación, población, muestra, unidad de investigación, operacionalización de las variables y la descripción detallada del tratamiento de la información de fuentes primarias y secundarias.

Capítulo IV denominado Resultados, que contiene: los principales resultados, limitaciones del estudio, conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

TEMA

“Los costos hoteleros y la fijación de los precios del servicio de hospedaje en los hoteles de la ciudad de Baños”

1.1. Descripción y formulación del Problema

1.1.1. Descripción y Contextualización

Contextualización Macro

Tungurahua, es una de las provincias que conforman la República del Ecuador, se encuentra al centro del país, en la región geográfica conocida como Sierra, ubicada a 2690 metros sobre el nivel del mar y está conformada por 9 cantones cuenta con maravillas naturales las cuales encanta al sector turístico nacional e internacional.

Para esta provincia el turismo es un fenómeno social, cultural y social de mucha importancia, como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en la población local de los lugares más visitados. (CODESO, 2016)

El turismo son todos aquellos viajes que realizamos por el placer mismo de viajar. Se entiende como aquella actividad, que implica viajar, hospedarse o pernoctar, por un tiempo determinado, en un lugar geográfico no habitual al que uno habita en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros motivos.

Evidentemente para el desarrollo turístico como una actividad económica, el hospedaje y la alimentación son actividades necesarias para que se realice, con el incremento o la

expansión que ha tenido la industria hotelera, el turismo no hubiera obtenido el grado de crecimiento que ha alcanzado en la actualidad. (Altés, C, 2006)

El hospedaje hace referencia al servicio que se presta en situaciones turísticas y que consiste en permitir que una persona o grupo de personas acceda a un albergue a cambio de una tarifa. Bajo el mismo término también se puede designar al lugar específico de albergue, ya sea este una casa, un edificio, una cabaña o un departamento.

La industria hotelera tiene un factor en común: Facilitar hospedaje, tener una clasificación o calificación que identifica el establecimiento, establecer un contrato, cliente-establecimiento por la prestación (servicio de alojamiento, alimentación etc.) y contraprestación (precio). (HOSPEDAJE, 2016)

En la provincia de Tungurahua los servicios de hospedaje contribuyen al empleo, un gran porcentaje detrás del comercio, la enseñanza y la defensa pública con el 8,5% además con 2700 establecimientos dedicados a esta actividad.

De tal manera dentro de las principales actividades económicas en la provincia de Tungurahua, la industria hotelera ejerce un fuerte impacto sobre la economía de la provincia, constituyéndose un ingreso para todas las personas que ejercen esta actividad.

BALANZA TURISTICA

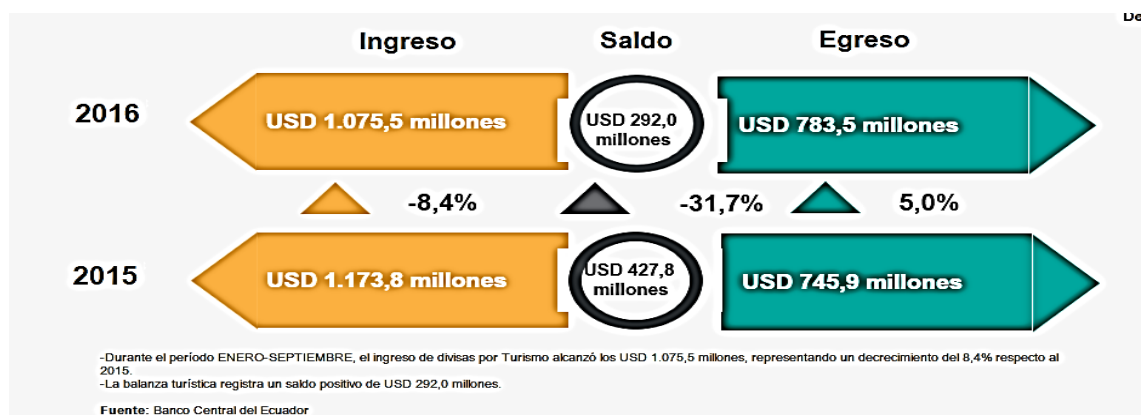


Gráfico N° 1: Balanza General
Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

Contextualización Meso

Baños de Agua Santa se encuentra en la provincia de Tungurahua a 180 Km de Quito y 35 Km de Ambato. La ciudad turística de está ubicado en un valle con cascadas y aguas termales a lado del volcán Tungurahua con una altura de 5.016 metros.

Baños tiene una población con 20.000 habitantes, está a una altura de 1.826 metros y posee temperaturas promedios de 20°C. El Cantón posee piscinas de aguas termales y spas, aventura para toda la familia o deportes extremos como rafting, escaladas, canyoning, canopy, trekking, mountain biking o puenting (bungee jumping).

El turismo del pueblo se relaciona íntimamente con el resto del cantón; el principal atractivo del cantón es la naturaleza, dotada de una alta biodiversidad. Es una de las poblaciones más turísticas del Ecuador; es también conocida como "La Puerta del Dorado" y también conocida como: "El Pedacito de Cielo" debido a la tranquilidad que brindan su entorno.

En esta ciudad se puede acceder a 81 (hoteles, hostales), la cual le obliga a poseer una red turística adecuada y muy planificada.

A pesar de toda esta organización turística, muy pocos “hoteles, hostales etc.” Llevan de forma adecuada los precios en el área hospedaje lo cual implica un total desconocimiento para los inversionistas de estos servicios en Baños de Agua Santa. El desconocer si se obtiene una ganancia o una perdida, considerando todos los costos que intervienen en los servicios para ofertar a los clientes, y poder determinar los precios reales, lo cual implica no trabajar de forma eficiente, arriesgar la inversión de los propietarios y desconocer su utilidad. (BAÑOS , 2016)

Contextualización Micro

El sector hotelero (Hostales, Cabañas, Hosterías, etc.) ya establecido por más de 40 años en la ciudad de Baños de Agua Santa, ofreciendo los servicios de “hospedaje, cafeterías,

piscinas, jacuzzi, bar, ideal para personas nacionales y extranjeras” posee una ventaja turística en relación a los demás sectores turísticos de la Provincia y por su ubicación geográfica es uno de los destinos turísticos más visitados de la provincia de Tungurahua, contribuyendo así a la mejora de la economía del país. (BAÑOS , 2016)

| HOTELES, RESTAURANTES Y AGENCIAS DE VIAJE DE LA REGION 3 | | | | |
|---|--------------------|--------------------------|---------------------------|--------------|
| PROVINCIA | ALOJAMIENTO | COMIDAS Y BEBIDAS | AGENCIAS DE VIAJES | TOTAL |
| COTOPAXI | 43 | 38 | 19 | 100 |
| CHIMBORAZO | 107 | 383 | 36 | 526 |
| PASTAZA | 70 | 147 | 109 | 326 |
| TUNGURAHUA | 249 | 440 | 7 | 696 |
| TOTAL | 469 | 1008 | 171 | 1648 |
| TUNGURAHUA(% del Total) | 53% | 44% | 64% | 48% |

Tabla N° 1: Hoteles, restaurantes y agencias de viaje de la región

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Con la globalización, el cambio continuo y el incremento de la competencia es innegable que este sector se encuentre exento de problemas contables y de costos, uno de los problemas actualmente que aborda este sector, es el complejo manejo y determinación de sus costos, que es provocado por el empírico manejo de sus costos y la inexistencia de todos registros los materiales e insumos que se han utilizados para determinar los precios de sus servicios a ofertar.

Otra de las variables afectadas son los precios, que son establecidos en base a una determinación errónea de costos. Por otra parte también pueden existir limitaciones ocasionadas por la competencia, ordenanzas municipales, el Ministerio de Turismo y los clientes quienes establecen la última decisión al pagar por el servicio, motivos para que se hayan establecido los precios a fin de mantener un punto de equilibrio económico. (MINTUR, 2014)

Según el registro de catastros de la Oficina de Turismo del Municipio de Baños al 2016 se encuentran registrados los siguientes establecimientos alojamiento y su división.

DISTRIBUCION DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE EN LA CIUDAD DE BAÑOS 2016

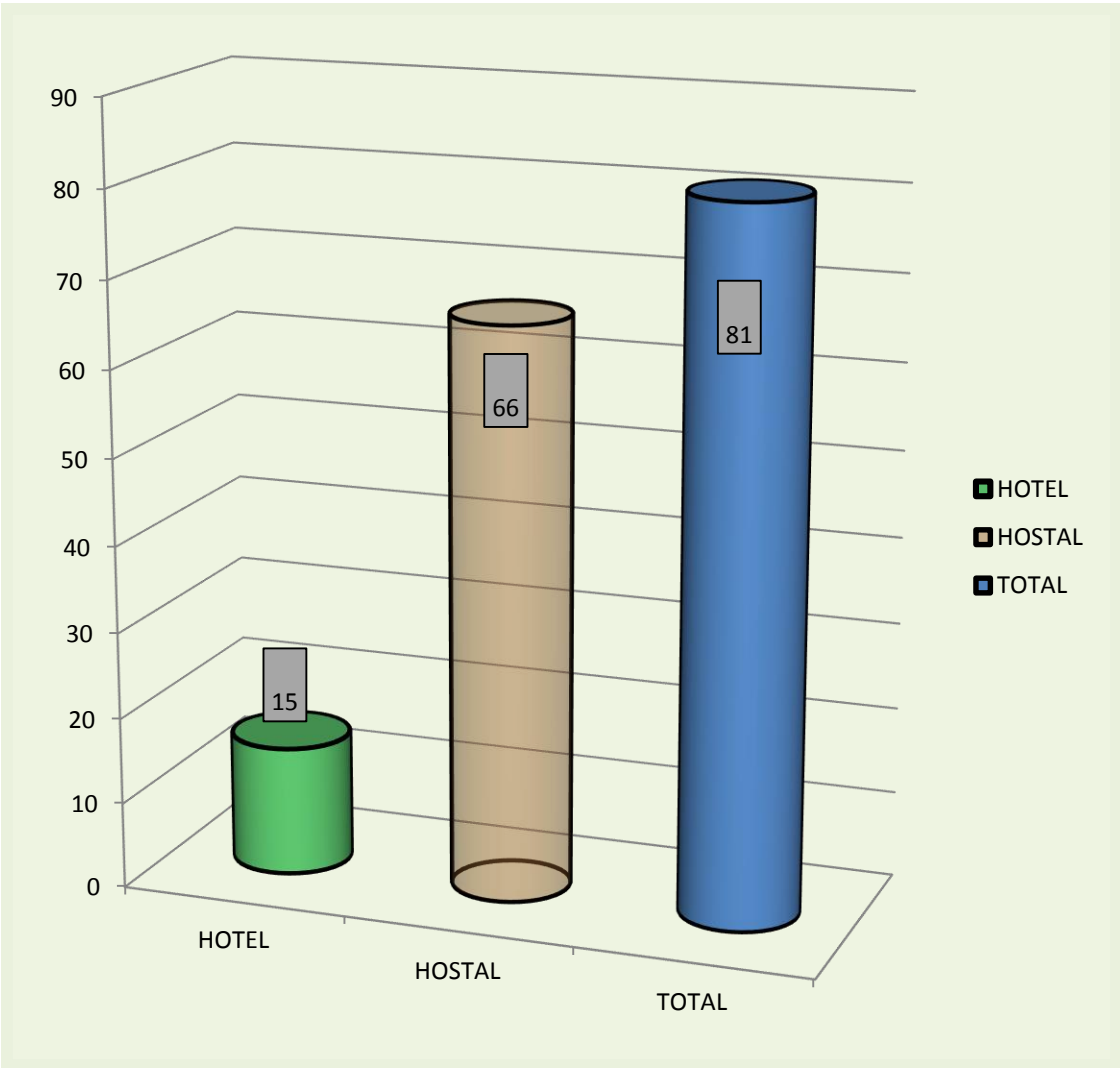


Tabla N° 2: Distribución de establecimientos de hospedaje en la ciudad de baños 2016

Fuente: (MINTUR, 2016)

1.1.2. Formulación y Análisis Crítico

1.1.2.1. Análisis Crítico

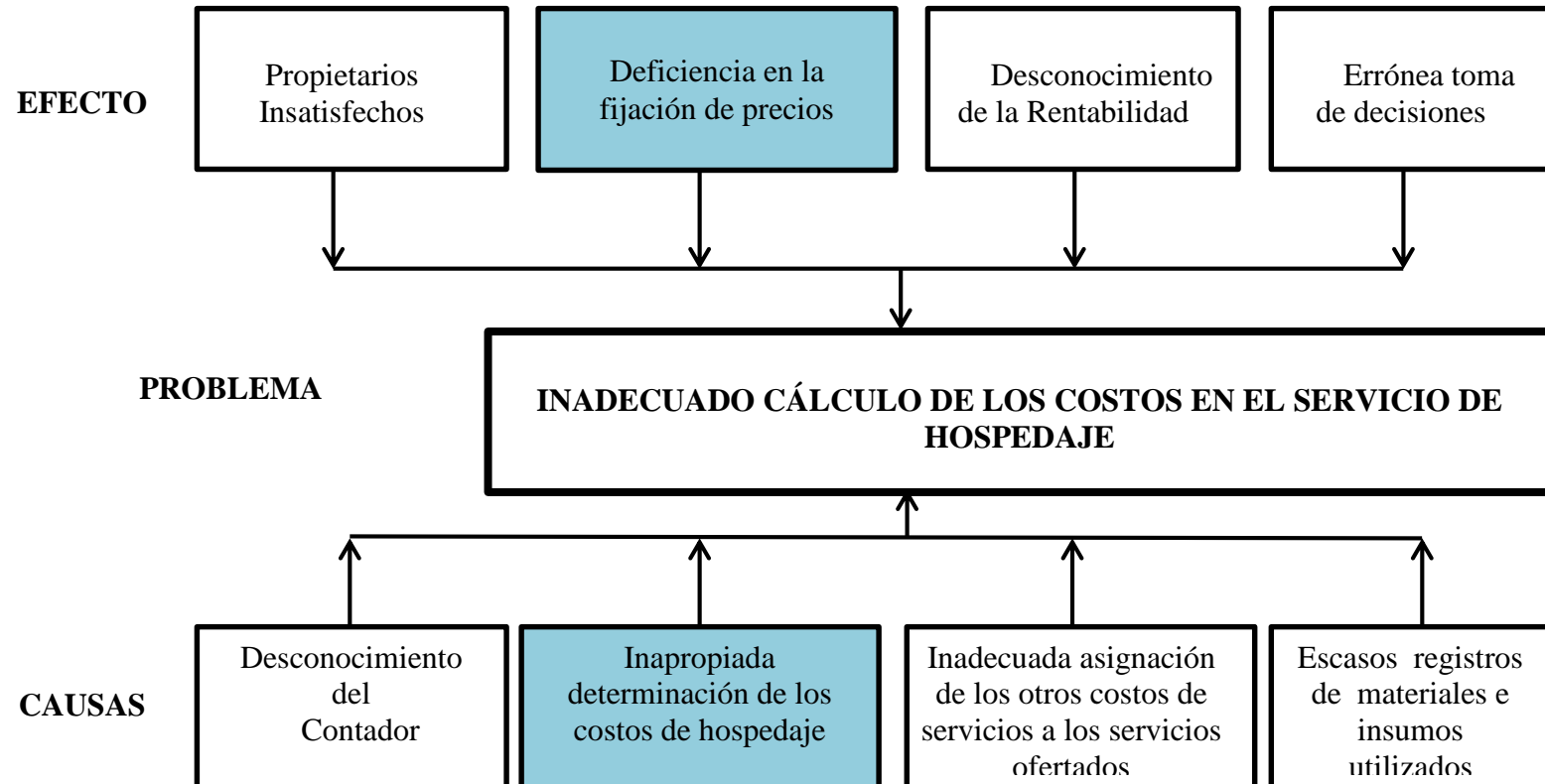


Gráfico N° 2: Árbol de Problema
Elaboración: Edgar Hidalgo

1.1.2.2. Formulación del Problema

¿Cómo incide la determinación de los costos en la fijación del precio del servicio de hospedaje de los hoteles de la ciudad de Baños?

Variable Independiente: Los costos

Variable Dependiente: Fijación de precios

Interrogantes preguntas directrices

✓ ¿Cuál es el proceso que se utiliza para la determinación de los costos del servicio de hospedaje en los hoteles de la ciudad de Baños?

✓ ¿De qué manera se analiza el método de cálculo que se utiliza para fijar los precios del servicio de hospedaje en los hoteles de la ciudad de Baños?

✓ ¿Que se plantearía para solucionar el problema que aqueja a los hoteles de la ciudad de Baños?

1.1.2.3. Delimitación del objeto de investigación

Campo: Contabilidad.

Área: Contabilidad de Costos

Aspecto: Los costos y Fijación de Precios.

Temporal: Enero – Junio 2016

Espacial: Hoteles de la ciudad de Baños

1.2. Justificación

A nivel nacional y provincial los servicios de hospedaje son una de las actividades más importantes en la actualidad, mucho más en la ciudad de Baños de Agua Santa que es una actividad principal. Para que los hoteles se mantengan en la cumbre de los servicios de hospedaje, en este escenario tan competitivo que obliga a que administradores y propietarios busquen alternativas y estrategias que garanticen su permanencia en el

mercado, además de una rentabilidad significativa; se debe ofrecer los mejores servicios y productos al menor precio posible.

Es necesario que se manejen precios que estén en estrecha relación con los costos, que representen una ventaja ante la competencia, y sin caer en una reducción excesiva de la utilidad.

En el área de hospedaje se debe hacer un estudio y análisis especial, es necesario que se cuente con un sistema de costos que establezca un costo real que abarque todos los factores que intervienen en el servicio de hospedaje en los hoteles de la ciudad de Baños, como son materiales y suministros, el sueldo del personal, el pago de servicios básicos, compra de materiales de limpieza, publicidad, etc. Un sistema de costos adecuado facilita la toma de decisiones adecuadas y oportunas.

Es por ello, se cree que el trabajo que se realiza contribuirá significativamente a suministrar información oportuna, precisa y útil para la toma de decisiones en la determinación de un precio adecuado en el servicio del hospedaje. Por todas estas razones en la actualidad es indispensable para los hoteles de la ciudad corregir este gran problema, propietarios, administradores, y áreas contables comparten en la necesidad de buscar la forma más idónea para solucionar este problema.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

➤ Establecer la incidencia de la determinación de los costos en la fijación del precio en el servicio de hospedaje, con la finalidad de conocer si el precio cubre los costos de los hoteles de la ciudad de Baños.

1.3.2. Objetivos Específicos

➤ Estudiar el proceso que se utiliza para la determinación de los costos del servicio de hospedaje, con la finalidad de detectar falencias.

➤ Analizar el método de cálculo que se utiliza para la fijación del precio en el servicio ofertado.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos

En la actualidad se pueden encontrar estudios que servirán de base para el desarrollo del tema como trabajos de grados, tesis, congresos y cursos en las diferentes páginas web del internet que aunque no de forma exacta nos proporcionarían información, ubicándonos en un contexto, con ideas previas y relacionadas con alguna de nuestras variables.

En referencia a (Altamirano & Arevalo, 2012) “Propuesta de un diseño de un sistema de costos aplicado al hostel la casona ubicada en la ciudad de Cuenca “De la Universidad Politécnica Salesiana Facultad de Contabilidad y Auditoría, donde introduce una recopilación de varios conceptos y tipos de servicios hoteleros.

Menciona que se implemente el sistema de contabilidad de costos propuesta ya que se vuelve una necesidad que el hostel procese información financiera que muestre la realidad del negocio , y si a esto se le suma la implementación de las normas Internacionales de Contabilidad, se tendrá como resultado una información veraz y confiable , don se transparente la utilización y asignación de los recursos de una manera eficiente y eficaz de tal manera que contribuya y facilite la toma de decisiones por parte de los dueños o administradores del hostel.(pág. 121)

En referencia a (Garcia & Morocho, 2010)“Aplicación de costos a los servicios hoteleros caso práctico hotel boutique Mansión Alcázar”. Universidad de Cuenca de la Facultad de Contabilidad y Auditoría concluye que:

La inapropiada determinación de costos, se ve reflejado en el momento de la toma de decisiones, ya que no se tiene algún instrumento informativo confiable para indicarse acerca del costo de las actividades. Lo cual crea una inestabilidad en el momento de la decisión.

El desconocimiento del costo real de los servicios prestados es uno de los problemas que más acarrea a la falta de información precisa y concreta, las cuales pueden acusarse al mal manejo de los costos, teniendo como solución a dicho problema la implementación de un sistema de costos que nos permita ser más competitivos, reduciendo costos o implementando más y mejores servicios que impliquen el bienestar y satisfacción de nuestros clientes, siendo unos de los principales objetivos del Hotel. (pág. 31)

En referencia a (Guzman, J; Morocho, F, 2009)“Implementación de un sistema de costos en los servicios de hospedaje en el hotel Tomebamba”. Universidad de Cuenca concluye que:

Aplicar el Sistema de Costos Estándar en todos los departamentos del Hotel Tomebamba, con la finalidad de facilitar el análisis y la determinación del costo real de la prestación del servicio de hospedaje, para la efectiva toma de decisiones futuras, además delegar a una persona para el manejo de los inventarios de blancos, lencería y de suministros de habitación, mediante un Kardex y realizar una capacitación a todo el personal del hotel sobre el sistema a aplicarse con la finalidad de que se familiaricen con el mismo y apliquen en las actividades diarias de su trabajo.(pág. 115).

2.2. Fundamentación Científico – Técnica

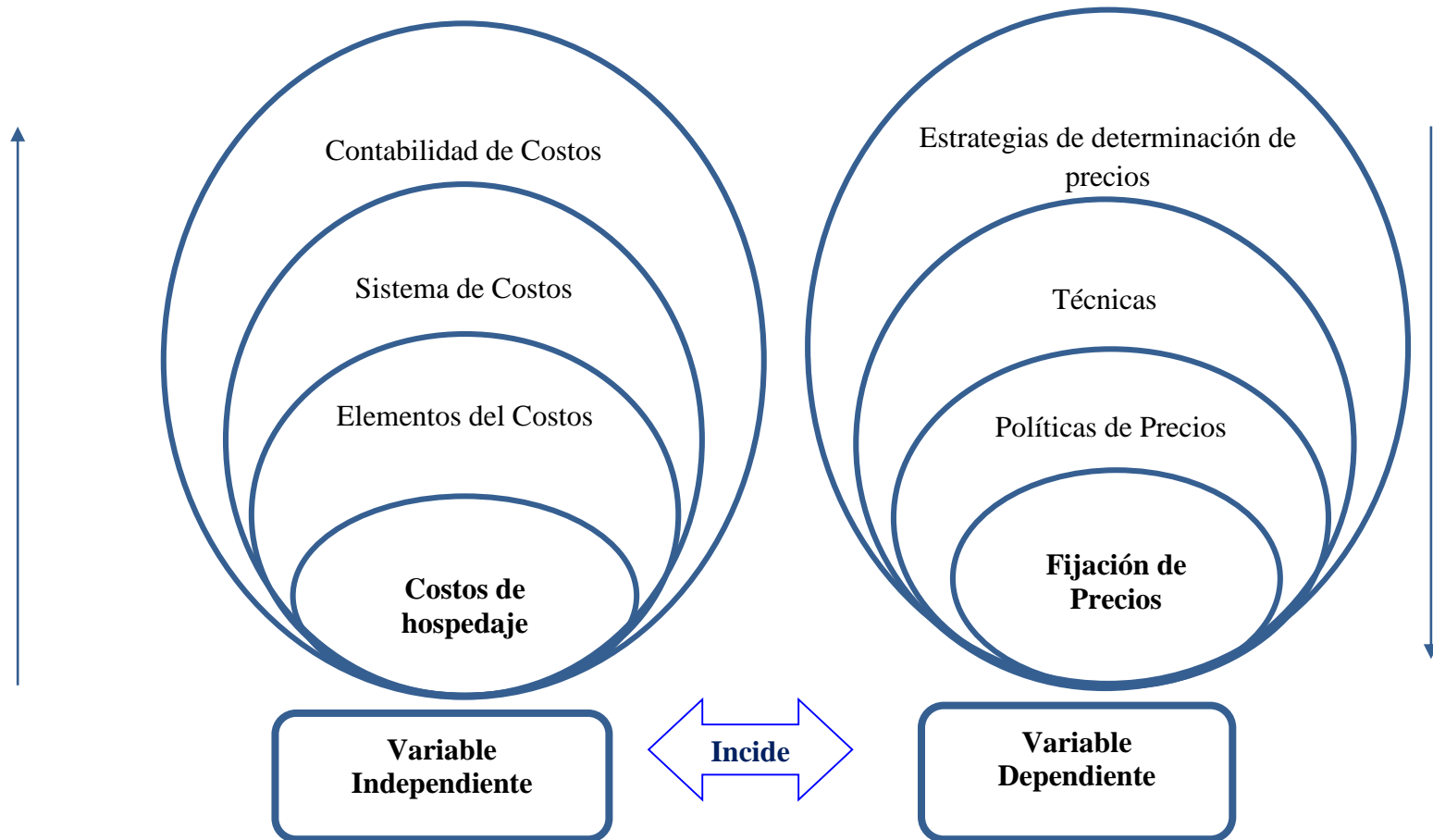


Gráfico N° 3: Categorías Fundamentales
Elaborado por: Edgar Hidalgo

Constelación de ideas de la Variable Independiente

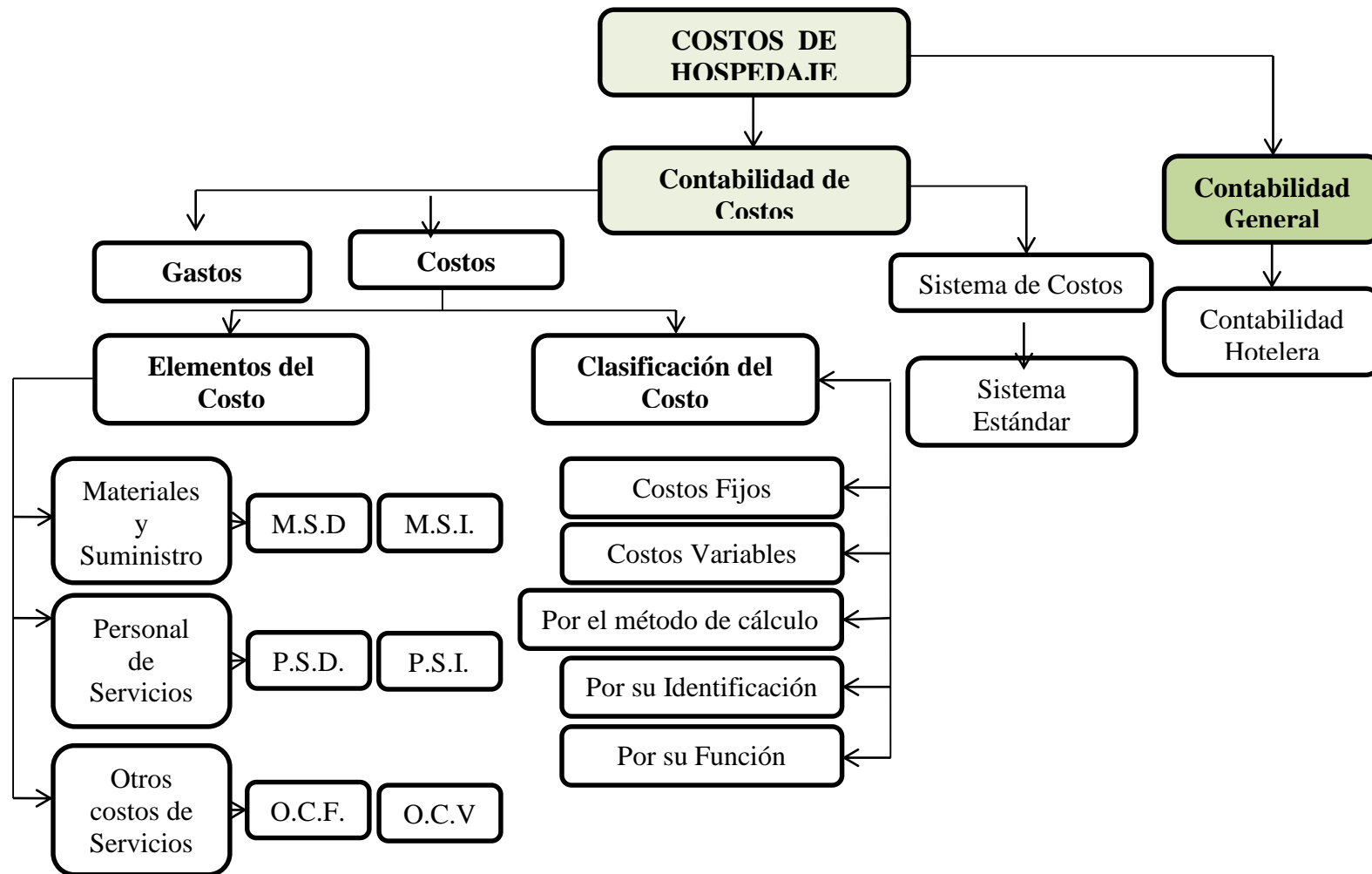


Gráfico N° 4: Constelación de Ideas de la Variable Independiente
Elaborado por: Edgar Hidalgo

Constelación de Ideas de la Variable Dependiente

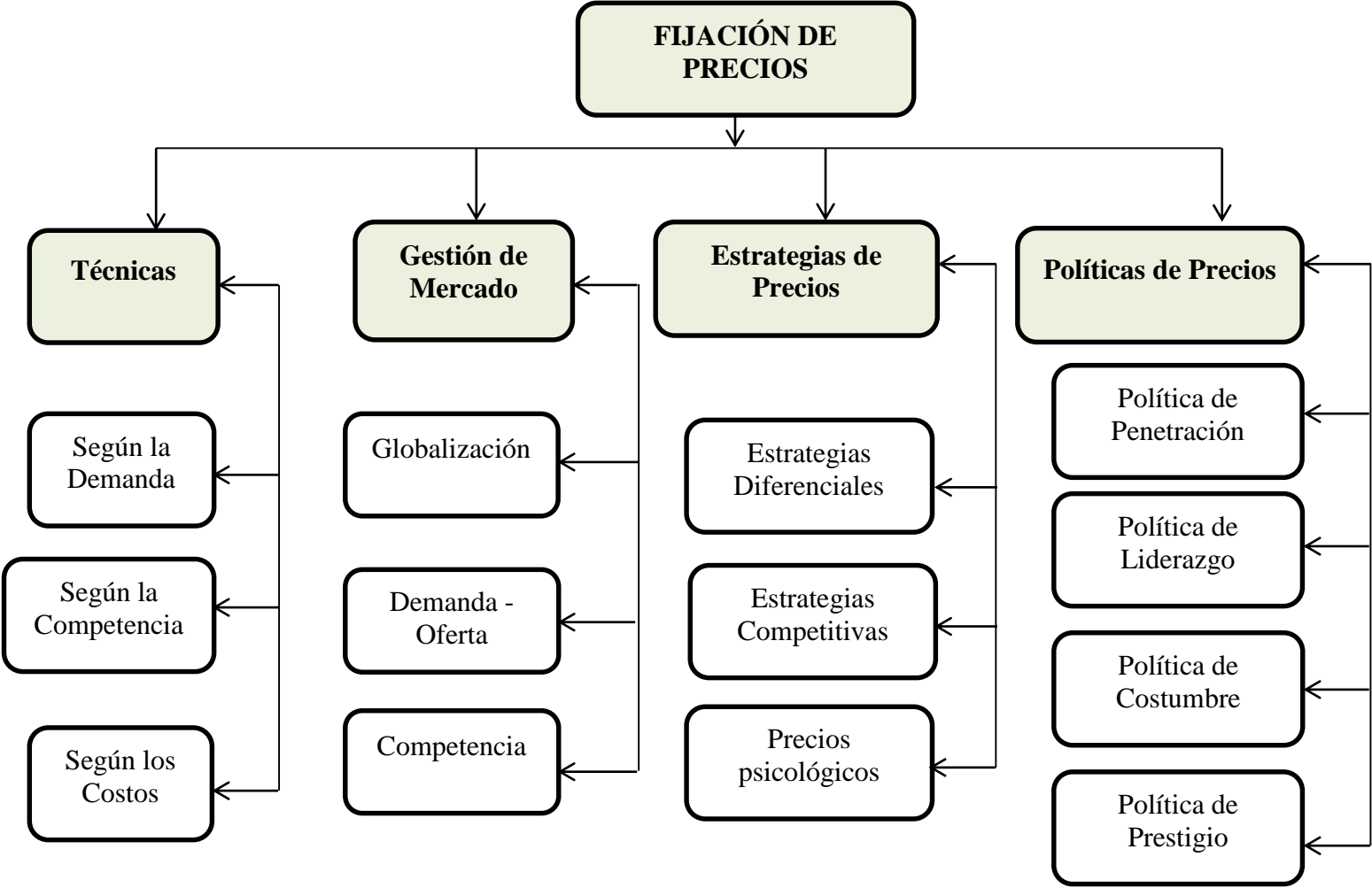


Gráfico N° 5: Constelación de Ideas de la Variable Dependiente
Elaborado por: Edgar Hidalgo

2.2.1. Fundamentación legal

La base jurídica en la que se sustentará la presente investigación estará enmarcada mediante normas, reglamentos y leyes que el gobierno y sus ministerios implementan con el único propósito de regular las actividades de las empresas y microempresas para brindar bienestar tanto a trabajadores, clientes y propietarios, es por ello el sector hotelero se rige a todas estas leyes, normas y reglamentos.

REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO (2016)

Se considera como actividades turísticas a las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables. (Ley de Turismo, 2014)

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO, MINISTERIO DE TURISMO CAPÍTULO I DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y CATEGORIZACIONES

Para efectos de la gestión pública y privada y la aplicación de las normas del régimen jurídico y demás instrumentos normativos, de planificación, operación, control y sanción del sector turístico ecuatoriano, se entenderán como definiciones legales, y por lo tanto

son de obligatorio cumplimiento y herramientas de interpretación en caso de duda, según lo dispuesto en el Art. 18 del Código Civil ecuatoriano, las que constan en este capítulo. (MINISTERIO DE TURISMO, 2015)

Art. 43.- Definición de las actividades de turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

a) Alojamiento.- Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje;

b) Servicio de alimentos y bebidas.- Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento;

c) Transportación.- Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación;

d) Operación.- La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el

Ministerio de Turismo. Se realizará a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e) Intermediación.- La actividad de intermediación es la ejercida por agencias de servicios turísticos, las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios. Por razón de las funciones que deben cumplir y, sin perjuicio de la libertad de empresa, las agencias de servicios turísticos pueden ser de tres clases: Agencias de viajes internacionales, agencias de viajes mayoristas y agencias duales. Son organizadoras de eventos, congresos y convenciones, las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial. (MINISTERIO DE TURISMO, 2015)

Se ilustra a continuación un cuadro resumen de las principales obligaciones legales a las cuales deben sujetarse los Hoteles y Restaurantes en el Ecuador.



FEDERACION HOTELERA DEL ECUADOR –AHOTEC-

Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento ®

| A QUIEN SE DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR OBLIGACIÓN | FRECUENCIA DE PAGO Y/O CUMPLIMIENTO | QUIEN DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR |
|--|-------------------------------------|------------------------------|
|--|-------------------------------------|------------------------------|

PERMISOS

| | | | |
|--|---------------------------------|------------|--------------------------|
| Registro Actividad Turística | Ministerio de Turismo | Sólo 1 vez | P. Naturales y Jurídicas |
| Licencia Única de Funcionamiento Turismo | Ministerio Turismo / Municipios | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Permiso Sanitario | Ministerio Salud | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Certificados de Salud empleados | Ministerio Salud | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Patente | Municipio | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Rótulos y Publicidad Exterior | Municipio | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Bomberos | Cuerpo de Bomberos | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Licencia Ambiental (Quito) | Municipio | Anual | P. Naturales y Jurídicas |

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

| | | | |
|---|-----------------------------|-----------|--------------------------|
| Declaración de Impuesto a la Renta | Servicio de Rentas Internas | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Anexos Impuesto a la Renta (Rel. Dependencia) | Servicio de Rentas Internas | Anual | P. Jurídicas |
| Anticipo Impuesto a la Renta | Servicio de Rentas Internas | Jul / Sep | P. Naturales y Jurídicas |
| Retenciones en la Fuente – Renta | Servicio de Rentas Internas | Mensual | P. Naturales y Jurídicas |
| Impuesto al Valor Agregado – IVA | Servicio de Rentas Internas | Mensual | P. Naturales y Jurídicas |
| Impuesto Consumos Especiales – ICE | Servicio de Rentas Internas | Mensual | P. Naturales y Jurídicas |
| Anexos Transaccionales (IVA / ICE / Renta) | Servicio de Rentas Internas | Mensual | P. Naturales y Jurídicas |
| Declaración Patrimonial | Servicio de Rentas Internas | Anual | P. Naturales |

OBLIGACIONES PATRONALES

| | | | |
|--|-------------------------|------------------|--------------------------|
| Décimo Cuarto Sueldo | Empleados | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Presentar planilla de pago 14vo. Sueldo | Ministerio Trabajo | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Décimo Tercero Sueldo | Empleados | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Presentar planilla de pago 13vo. Sueldo | Ministerio Trabajo | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Fondos de Reserva | IESS | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Pagar 15 % utilidades a empleados | Empleados | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Presentar planilla de pago 15 % utilidades | Ministerio Trabajo | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Uniformes para el Personal | Empleados | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Remuneraciones a empleados | Empleados | Mensual | P. Naturales y Jurídicas |
| Aportes Seguro Social Empleados | IESS | Mensual | P. Naturales y Jurídicas |
| Repartir 10 % por Servicio | Empleados | Mensual | Hoteles y Rest. 5 y 4 * |
| Presentar Planilla de pago 10 % por servicio | Inspectorías de Trabajo | 13ro/14to/ Utili | Hoteles y Rest. 5 y 4 * |
| Aplicar porcentaje de discapacitados en nómina | Ministerio de Trabajo | Permanente | P. Naturales y Jurídicas |
| Tener dispensador de preservativos | Ministerio de Salud | Permanente | P. Naturales y Jurídicas |

Gráfico N° 6: Permisos, tasas y contribuciones de los Hoteles
Fuente: (AHOTEC, 2016).

Marco Conceptual de la Variable Independiente: Costos

Contabilidad General

La contabilidad es un elemento del sistema de información de un ente, que proporciona datos sobre su patrimonio y la evolución del mismo, destinados a facilitar las decisiones

de sus administradores y de los terceros que interactúan con él en cuanto se refiere a su relación actual o potencial con el mismo. (Zapata, 2002)

Contabilidad hotelera

La contabilidad Hotelera es una rama que abarca la determinación de costos de hoteles, restaurantes, hostales, hosterías que tiene como actividad principales brindar servicios con características particulares diferenciándose de otras actividades.

Como en toda empresa, la Contabilidad constituye un elemento fundamental para conocer su historia económica y financiera así como la información de los Estados Financieros fundamentalmente el Balance General, el Estado de Pérdidas y Ganancias y el Estado de Flujo de Efectivo. En el caso de hoteles, además de llevar Contabilidad consistente, confiable y oportuna, es fundamental la sistematización de los costos de los diferentes servicios que ofrece. El Jefe de Contabilidad se encarga de organizar, ejecutar, supervisar, controlar y coordinar las distintas actividades que tienen relación con el proceso contable, los libros, estados financieros, y su vinculación con los Departamentos de Pagaduría o Tesorería o Caja si existieren éstas Unidades. (Velasquí, 2013)

Contabilidad de Costos

Es aquella parte de la contabilidad que identifica, mide, define, informa, determina, analiza y suministra los diferentes elementos del costo, asociados con la prestación de un servicio. (Romero, 2010)

Objetivos

➤ Suministrar información requerida para las operaciones de planeación, evaluación y control y a su vez salvaguardar los activos de la organización y comunicar resultados a las partes interesadas.

- Participar en la toma de decisiones estratégicas, prácticas, operacionales y ayudar a coordinar los efectos en la organización.
- Proporcionar información en el estado de resultados sobre el costo de venta la utilidad o pérdida del periodo.
- Suministrar información para ejercer un adecuado control administrativo y facilitar la toma de decisiones adecuada.

Importancia de Contabilidad de Costos

La contabilidad de costos es de gran importancia debido a que se destaca en los informes financieros, pues los costos del producto o servicio tienen una importancia significativa en la determinación del ingreso y en la posición financiera de toda organización. La asignación del costo es también en la preparación de los estados financieros. (Uribe,M, 2011)

Sistema de Costos

El sistema de costos estándar, como su nombre lo indica, es un sistema de referencia que nos indica cuánto debería costar la elaboración de un producto o servicio. La determinación de los costos de producción se basa en ciertos criterios como las condiciones que se presenten, los procedimientos y normas establecidas, y los procedimientos similares que se aplicaron anteriormente. (Alzate, J, 2014)

El sistema de costos estándar determina de una manera profesional y metódica, el costo de producción. Estudia minuciosamente los sistemas y procesos que intervienen en un determinado proceso de producción para proponer métodos y modelos más eficientes que permitan aumentar la rentabilidad de una empresa. Los sistemas de costos estándar miden científicamente los costos unitarios de un producto en función al volumen de producción. (Alzate, J, 2014)

Gracias a la utilización de un sistema de costos estándar, la empresa podrá controlar de manera más eficiente el proceso productivo. Tendrá toda la información a la mano que le permitirá investigar qué productos son los más costosos, en qué parte del proceso de producción se asumen más costos, cuáles son las causas de los costos, por mencionar algunos elementos. Y, en base a toda la información, el directivo podrá decidir cuáles serán las acciones correctivas que se implementarán para evitar cometer errores y lograr ejecutar el concepto de mejora total dentro de una empresa. (Alzate, J, 2014)

Sin embargo, frente a las enormes ventajas que significa implementar un sistema de costos de producción. Hay que tener en cuenta la dificultad de su implementación. Se requiere un conocimiento profundo de las tareas requeridas, de las normas de fabricación. Se requiere diagramar los procesos y que el trabajador se encuentre calificado para asumir este sistema. (Alzate, J, 2014)

Elementos del costo

Son los componentes que suministran la información necesaria para la medición del ingreso y la fijación del precio del producto o servicio. (Carranza A., 2011)

Los elementos del costo son: Materiales y suministros, personal de servicios y otros costos de servicios

Materiales y suministros: Constituyen todos los bienes, ya sea que se encuentren en estado natural o sobre quienes haya operado algún tipo de transformación previa, requeridos para la producción de un bien que será algo muy diferente al de los materiales utilizados.

Una conceptualización similar presenta Ochoa (2009, pág. 46),

“Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie

de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final”

Materiales y suministros directa.- Los materiales directos son aquellos que están presentes en el producto terminado o servicio de forma evidente, es decir son identificables y representan el elemento necesario para llevar a cabo dicho producto o servicio, además el valor monetario del mismo será de mayor significancia que los demás elemento necesarios, por lo cual sin dichos elementos no podría llevarse a cabo la producción o desarrollo de un servicio. (Carranza A., 2011)

Materiales y suministros indirectos.- Se estudiarán bajo el título de costos indirectos de fábrica o CIF. Son aquellos productos naturales o previamente procesados que servirán para completar convenientemente la elaboración de los artículos terminados. Se identifican cuando una o varias de las condiciones asignadas a la MPD no se cumplen. De esta manera la materia prima indirecta se constituirá como los insumos o suministros que son necesarios para el proceso de producción, que no son identificables fácilmente, pero si necesarios para obtener un producto final. (Carranza A., 2011)

Personal de servicios

“Es el esfuerzo físico o mental empleados en la fabricación de un producto. Los costos de mano de obra pueden dividirse en mano de obra directa y mano de obra indirecta.” (Polimeni, Fabozzi, Adelberg, & Kole 20044, pág. 13).

El factor mano de obra es uno de los elementos del costo que puede ser controlado directamente por el productor, y en varios casos, su uso es el mínimo a causa de la existencia de máquinas que hacen un trabajo en menor tiempo y con mayor precisión.

Se divide en:

Personal de servicios Directa.- Es aquella directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado que puede asociarse con este con facilidad y que representa un importante costo de mano de obra en la elaboración del producto. El trabajo de los

operadores en una maquina en una empresa de manufactura se considera mano de obra directa. (Polimeni, Fabozzi, Adelberg, & Kole 1994, pág. 13).

Es el principal factor a desarrollarse en cuanto a una empresa de servicios se refiere, pero no menos importante en el campo manufacturero, pues es el encargado de generar el servicio o producto que se brinda, y sobre todo es la fuerza de conocimientos y experiencia en el campo práctico o teórico.

Personal de servicios Indirecta: Es aquella involucrada en la fabricación de un producto que no se considera mano de obra directa. La mano de obra indirecta se incluye como parte de los costos indirectos de fabricación. El trabajo de un supervisor de planta es un ejemplo de este tipo de mano de obra.

Además según Adhemar (2009, pág. 56), la mano de obra indirecta se define como:

“aquella involucrada en la fabricación de un producto que no se considera mano de obra directa. La mano de obra indirecta se incluye como parte de los costos indirectos de fabricación. El trabajo de un supervisor de planta es un ejemplo de éste tipo de mano de obra.”

Costos indirectos de fabricación directos:

Son aquellos cuyo presupuesto se puede hacer por cada departamento de producción o auxiliar de una manera directa, así como también sus costos reales se identifican y utilizan en cada departamento sin tener que efectuar reparticiones.

Se consideran a continuación los siguientes costos indirectos de fabricación directos:

- Herramientas.
- Combustible.
- Salarios de jefes de departamento.

- Salarios de supervisores, etc. (Carranza A., 2011)

Costos indirectos de fabricación indirectos:

Se pueden conocer para toda la fábrica pero no se pueden identificar para cada departamento por lo tanto se denominan Indirectos. Por ejemplo el consumo de energía eléctrica se puede conocer este costo para toda la fábrica, pero no se puede identificar para cada departamento. Otros serian:

- Teléfono.
- Agua.
- Electricidad.
- Depreciación de edificios.
- Depreciación maquinaria.
- Seguros.
- Impuestos prediales. (Arias Montoya, Portilla de Arias, & Fernández Henao, 2010, págs. 81-82)

Clasificación de los costos

Las clasificaciones de los costos son útiles para llamar la atención sobre el origen y el efecto de los Costos que tienen algo que ver con el resultado final del Proyecto.

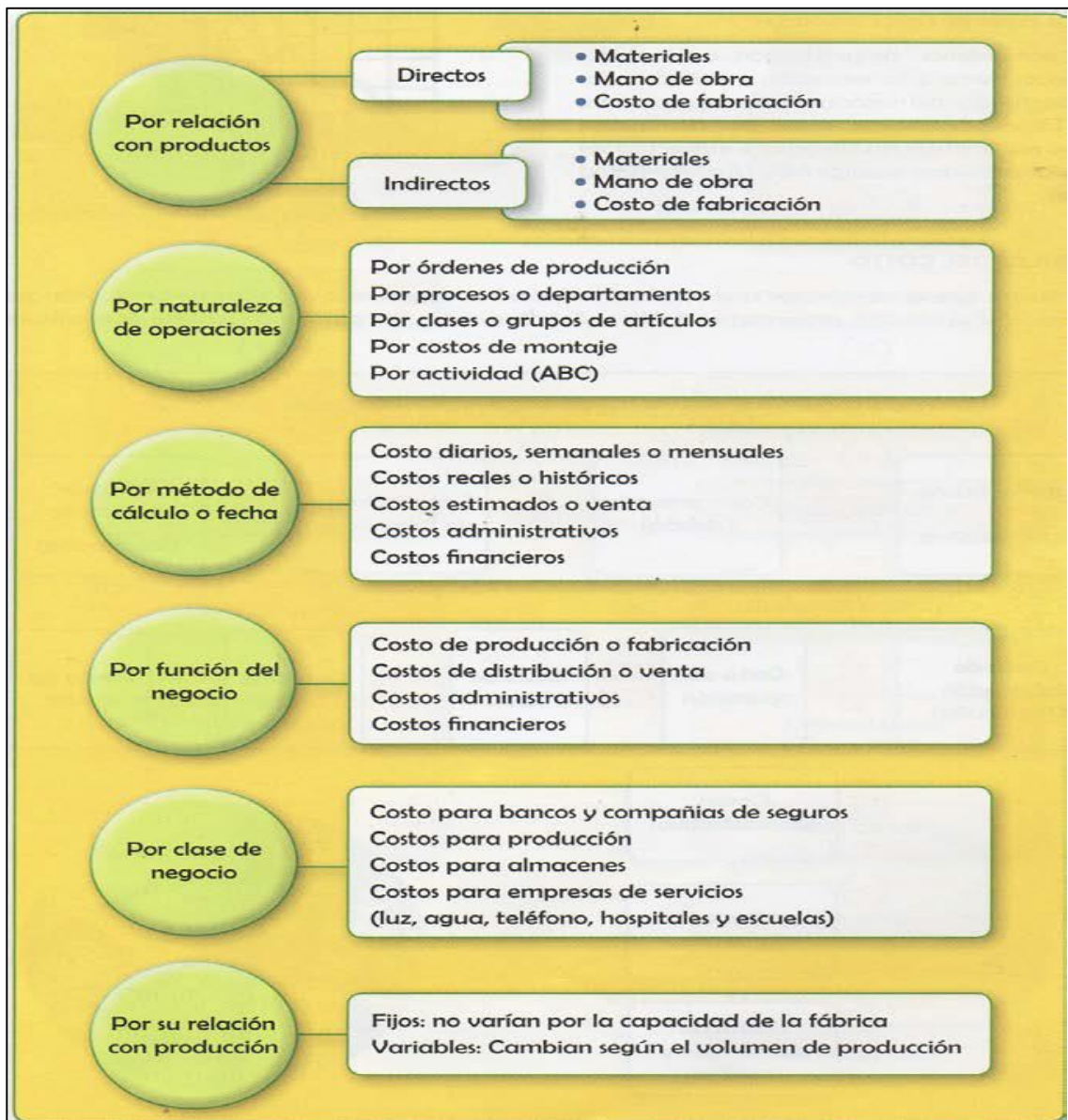


Gráfico N° 7: Clasificación de los Costos

Fuente: (Paredes , E, 2014)

Costo de administración: Son los que se originan en el área administrativa (sueldos, teléfono, oficinas generales, etc.), esta clasificación tiene por objeto agrupar los costos por funciones, lo cual facilita cualquier análisis que se pretenda realizar de ellas. (Esposito & Giménez 1991, p. 9).

El costo de administración posee un porcentaje mínimo frente a los costos totales, son necesarios para un adecuado manejo empresarial y por consiguiente para un adecuado manejo productivo de la empresa, son aquellos en que se invierten para mantener un punto de encuentro de la empresa con el medio empresarial, por este motivo para cada empresa es vital generar este tipo de costos que permiten transmitir una imagen correcta de la empresa.

Costo variable: Un costo cuyo total varía en forma directamente proporcional a los cambios en el nivel de actividades.

Los costos variables se definen como “aquellos cuya magnitud fluctúa en razón directa o casi directamente proporcional a los cambios registrados en los volúmenes de producción o venta, por ejemplo: la materia prima directa, la mano de obra directa cuando se paga destajo, impuestos sobre ingresos, comisiones sobre ventas”. (Acosta Altamirano 2011, pág. 98).

Costo fijo: Un costo cuyo total permanece constante durante el proceso de producción, sin importar el volumen de unidades producidas. Según INPYME (2011, pág. Internet), los costos fijos, *“Son aquellos que no varían ante cambios en los niveles de producción.”*

Costos mixtos: Estos costos tienen las características de fijos y variables, y a medida que transcurre el proceso de producción pueden convertirse en uno u otro, dependiendo su aplicación en el proceso de fabricación del producto. Existen dos tipos de costos mixtos: costos semivariables y costos escalonados.

Los costos mixtos se definen como aquellos que *“se comportan a la vez una parte fija y una variable, tal como ocurre con los costes de mantenimiento y de vehículos”*, (González Gómez 2005, pág. 187)

Costo semivariables: El elemento fijo de un costo semivariable generalmente representa un cargo mínimo al realizar un producto específico o servicios disponibles. La parte variable es el cargado por usar realmente el servicio.

El costo semivariable es usado mayormente y en directa proporción con los costos variables y representa un pequeña proporción del costo fijo.

Costo directo: Son los que se identifican plenamente con una actividad, departamento o producto. En este concepto se cuenta el sueldo correspondiente a la secretaria del director de ventas, que es un costo directo para el departamento de ventas: la materia prima es un costo directo para el producto, etc.

Los costos directos según Gómez (2001, pág. 57), *“Son aquellos que la gerencia es capaz de asociar con los artículos o áreas específicos. Los materiales y la mano de obra directa son los ejemplos más claros.”*

Costos indirectos: Son cualquier costo de fábrica o de producción que es indirecto para la fabricación de un producto o para la prestación de un servicio y, en consecuencia, no incluyen materia prima directa y mano de obra directa. Los costos indirectos ciertamente incluyen materia prima indirecta y mano de obra indirecta, así como cualesquiera otros costos en que se incurra en el área de producción, así se lo interpreta a Garfield, Rainborn, & Kinney (2004, p. 84).

Costos reales o históricos: Son aquellos que se determinan después de concluido el periodo de costos. Según Pelegrino (2010, pág. 79), los costos reales son aquellos *“que se calculan al concluir el proceso productivo o al finalizar cada período sobre la base de las registraciones contables. Todos los factores consumidos en el sector productivo se imputan al volumen resultante de producción.”*

Como consecuencia, al fluctuar los niveles de producción de un mes a otro los costos fijos originan oscilaciones en los costos unitarios. Estas oscilaciones también pueden deberse a consumos de factores variables no proporcionales a los diferentes volúmenes de producción periódicos.”

Costos predeterminados o calculados: Son aquellos que se determinan antes de iniciar el periodo de costos o durante el transcurso del mismo. (Bravo & Ubidia 2007, p. 122)
Son aquellos utilizados en el presupuesto o el cálculo necesario para llevar a cabo las ordenes de producción, tomando en cuenta valores de mercado de los recursos.

Costos estimados: Son aquellos que se predeterminan de manera informal, para cotizar precios de venta. (Bravo & Ubidia 2007, p. 15). Los utilizamos en un estudio previo de los costos, con bases en el conocimiento de los responsables de dicha información, únicamente son un direccionamiento o prorrateo de los costos a realizarse en un proyecto de producción.

Objetivos de los costos estimados: Según lo menciona Hernández Celis (2009, págs. 5-9)

- a. Determinación del costo unitario.
- b. Valuación de la producción terminada y en proceso.
- c. Determinación del costo de producción de lo vendido.
- d. Fijación de los precios de venta.
- e. Considerar los precios actuales del mercado, y compararlo con las estimaciones calculadas.
- f. Atender a la oferta y demanda del mercado, así como su competencia respectiva.
- g. Conocimiento de los artículos que pueden venderse a diferentes precios.
- h. Decisión sobre producir o comprar el artículo que se está elaborando un aspecto intermedio, entre la producción y la compra.

i. Establecer máximos y mínimos en precios de venta si lo permite la oferta y la demanda.

Costos estándares: Se calculan sobre bases técnicas para cada uno de los tres elementos del costo, para determinar lo que el producto debe costar en condiciones de eficiencia normal. Su objetivo es el control de la eficiencia operativa. Los costos de un artículo o servicio se conocen antes de iniciar el periodo.

“Consiste en registrar los tres elementos (costo de materiales, costo de mano de obra y costos indirectos de fabricación) con base en unos valores que sirven de patrón o modelo para la producción.” Tumbero

Astros ((2009, págs. 7-11)

Este método de costo surge, debido a que se hizo la consideración de que si los costos indirectos de fabricación se podían contabilizar con base en los presupuestos, siendo un elemento difícil en su tratamiento, ¿Por qué no se podía hacer lo mismo con los materiales y la mano de obra?

Tipos de costo estándar: Establecidos por Hernández (2008, págs. 2-3) se dividen en:

“Costos Estándar Circulantes Son aquellos que representan lo que debería ser el costo en las circunstancias imperantes. Se considera como un costo real que hay que llevar a los libros y a los estados financieros

Costos estándar fijos o básicos: Son aquellos que sirven únicamente como punto de referencia y medida, con el que pueden compararse los resultados reales. Sirve como base para calcular un índice de precios; el procedimiento a emplearse consiste en reducir los costos reales o porcentajes relativos del costo estándar que se tome como base.”

Costo unitario: Los costos unitarios son los que deben efectuarse en condiciones normales de fabricación del producto. Tienen una importancia destacada en el proceso de planeación de la producción y en el proceso de control, ya que implican una conducta normativa y, señalan cual debe ser el esfuerzo empleado para lograr lo que debiera ser como propósitos de producción de la empresa. (Bravo & Ubidia 2007, p. 16.)

Costo total: El costo total es la suma de los costos fijos y costos variables, son todos aquellos valores monetarios que han sido desembolsados durante el proceso de producción. Según Wikipedia (2012, p. Internet) los costos totales

“El coste total son todos aquellos costes en los que se incurre en un proceso de producción o actividad. Se calcula sumando los costes fijos y los costes variables, también puede añadirse los costes de oportunidad.”

Costo estándar: Son aquellos que se determinan en forma científica, utilizando métodos modernos de cálculo, elaborando el costo promedio de cada producto o proceso.

Los costos estándar “son costos predeterminados, que sirven como fundamento para los registros contables. Son calculados considerando las condiciones económicas, la eficiencia y efectividad, la capacidad de planta, los recursos con que se cuenta, etc., dentro de un ambiente empresarial dado. Esto es calcular con anterioridad lo que debe costar un producto, sea bien o servicio, en todos sus elementos en condiciones normales de producción, y luego poder compararlos y ajustarlos con los costes realmente incurridos, y así poder medir su comportamiento y la actuación de las personas encargadas de su control.” (Palenque 1982, pág. 79)

Costo primo: Son los materiales directos y la mano de obra directa, los costos directamente relacionados con la producción; para determinar el costo de producción es necesario elaborar un estado de costos, en el cual se consideran erogaciones como la

materia prima y la mano de obra directa, factores que sumados se conocen como costo primo, que es una de las partes del estado de costos. “Es la suma de los elementos directos de materia prima y mano de obra, y se define como el conjunto de costos incurridos identificables con la elaboración del producto; es decir son aquellos que se identifican o cuantifican en forma directa con el producto terminado; tales como materia prima directa, mano de obra directa”. (Bravo & Ubidia 2007, pág. 16)

Costos de hospedaje

El costo de hospedaje puede definirse: como la expresión monetaria de los recursos de todo tipo empleados en el proceso de atención a los huéspedes y usuarios de los servicios del hotel; incluye los gastos por concepto de comestibles, bebidas, materiales de todo tipo, combustibles, energía y otros objetos de trabajo consumidos en el proceso, así como los gastos por la remuneración del trabajo, la depreciación de equipos, edificios y otros medios, la promoción y el marketing, el mantenimiento de las instalaciones, los impuestos y otros gastos que se originen como resultado de las actividades que desarrolle la entidad hotelera. (Chacon N, 2002)

Marco conceptual de la variable dependiente: Fijación del Precio

Demanda

Según los autores (Fischer & Espejo, 2004, pág. 240) definen que la demanda “Se refiere a las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado. El precio del producto estará determinado por la demanda, ya que ésta constituye una serie de relaciones y cantidades”.

Para los autores (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011, pág. 634) mencionan que:

La demanda es la cantidad de un producto que se venderá en el mercado a diversos precios durante un periodo específico. La cantidad de un producto que las personas comprarán depende de su precio. Mientras más alto sea el precio, menos productos o

servicios solicitarán los consumidores. Por el contrario, mientras más bajo sea el precio, más productos o servicios solicitarán.

De acuerdo a las afirmaciones de los autores se puede definir que la demanda es la cantidad de productos que los clientes están aptos para adquirir al precio que se encuentre estipulado en el mercado. La demanda varía según precio que asigne la empresa, es decir mientras más alto sea el precio menos productos van a comprar y si el precio es menor los consumidores van a adquirir más productos.

Oferta

Para los autores (Fischer & Espejo, 2004, pág. 243) conceptúan que la oferta “Se refiere a las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado”.

Según los autores (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011, pág. 635) conceptualizan a la oferta como “La oferta es la cantidad de un producto que ofrecerán al mercado un proveedor o varios proveedores a diversos precios por un período específico”.

Tomando las referencias de los autores podemos decir que la oferta es la cantidad de productos que las empresas están aptas a producir con el fin de brindar a diferentes precios en el mercado y además poder cubrir la demanda.

Competencia

Para los autores (Casado & Sellers, 2010, págs. 46 - 47) indican que la competencia significa:

Aquellas organizaciones que se dirigen al mismo mercado objetivo que la empresa, obligándola a adoptar estrategias de marketing que garanticen un mejor posicionamiento de su oferta y, por tanto, una mayor probabilidad de éxito en términos de la satisfacción de las necesidades de dicho mercado.

Como lo expresan (Fischer & Espejo, 2004, pág. 244) la competencia es un factor que interviene en la fijación de precios, es decir “La fijación de precios en relación con los competidores hace que el empresario se dé cuenta con exactitud del nivel de precios de la competencia”.

Según los criterios de los autores definimos que la competencia son empresas que se enfocan al mismo objetivo y que a su vez tiene que establecer estrategias para su permanencia en el mercado; la relación que vincula a la competencia con la fijación de precios es que los empresarios deben tener en cuenta los niveles de precios que manejan las empresas que están inmersas dentro del mercado objetivo.

Globalización

Según el autor (Martino, 2001, pág. 156) define que la globalización es:

Globalización de la economía: Situación en que, en términos generales, se hace del mercado nacional y el internacional un solo mercado, sea en el área de bienes o de servicios. Estrechamente ligada a la globalización se encuentra la facilitación de las transacciones a través de reducción o eliminación de las barreras aduaneras, ausencia de cuotas de importación y de exportación, legislación que promueve el movimiento internacional de capitales, etc.

Según lo que estipula el autor definiremos en términos económicos a la globalización como un solo mercado de servicios y bienes, la globalización ayuda a mejorar las transacciones comerciales porque se elimina los obstáculos aduaneros, además de que no existen brechas de importación y exportación.

Técnicas

Fijación de precios basados en la demanda: Como lo manifiesta los autores (Escribano, Fuentes, & Alcaraz, 2006, pág. 132) los precios basados en la demanda se

refieren a que “Este método parte de la idea de que la empresa conoce su función de demanda y desea obtener el precio que le proporcione el máximo beneficio”.

Como describen los autores (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011, pág. 634) la demanda es un factor determinante para establecer el precio, debido a que:

Después de que los gerentes de marketing establecen las metas de la fijación de precios, deben establecerse los precios específicos para llegar a tales metas. El precio que establecen para cada producto servicio dependen en gran parte de dos factores: la demanda del producto o servicio y el costo para el vendedor por ese producto o servicio.

Cuando los objetivos de fijación de precios están principalmente orientados a las ventas, por lo general dominan las consideraciones de la demanda. Otros factores, como las estrategias de distribución y de promoción, calidad percibida, demanda de clientes grandes, Internet, también pueden influir en el precio.

La estrategia de fijar el precio según la demanda se fundamenta en el análisis exhaustivo de la demanda que es conocer que cantidad de productos están dispuestos a comprar los consumidores, esto proporciona que se fije un precio que esté acorde al mercado y que beneficie en gran medida a la empresa, además esta técnica menciona que la demanda y el coste se relacionan entre sí y que el factor determinante de la demanda es el nivel de ventas que se produce en la empresa.

Fijación de precios basados en la competencia

Para los autores (Escribano, Fuentes, & Alcaraz, 2006, pág. 133) indican que los precios basados en la competencia se refieren a que:

En algunos mercados en los que existe una empresa líder es frecuente la fijación de precios tomando como referencia los movimientos que ésta realiza. Así, se fija un precio superior o inferior al de la líder (según dispongamos de mayor o menor poder de

mercado por tener una mejor o peor imagen de marca, mejores o peores servicios adicionales al cliente, etc.) y después los precios se modifican en la misma dirección que ésta pero manteniendo esa diferencia (se suben si lo hacen la líder y viceversa).

Según el autor (De Velasco, 1994, pág. 131) alude que la fijación de precios basado en la competencia hace referencia a:

Aunque las empresas puedan fijar sus precios teniendo en cuenta una serie de elementos objetivos, tales como demanda, costes, calor del producto percibido por el cliente, etc., en la realidad del mercado todos estos elementos están relacionados con las acciones de la competencia, debido a que las interrelaciones entre competidores son elevadas, y determinan el precio que se conoce como precio de mercado, que sirve como elemento de referencia común.

El precio de mercado aparece en aquellos mercados que presenta un alto nivel de madurez, caracterizado por una gran actividad competitiva, con ofertas con nivel de diversificación muy bajo.

La fijación de precio según la competencia se enfoca a que existe mercados que poseen empresas líderes en donde las empresas más pequeñas tienen que seguir sus movimientos con el propósito de mantener precios acordes a sus competidores; esta técnica hace alusión a que se debe tomar en consideración los aspectos como la demanda y los costes debido a que se relacionan con la competencia, de esta manera se fija el precio de mercado que se marca como una elemento en común entre las empresas competidoras.

Fijación de precios basados en los costes

Para los autores (Escribano, Fuentes, & Alcaraz, 2006, pág. 136) mencionan que la fijación de precios basados en costos se basan porque “Son los métodos más frecuentes,

consisten en fijar un margen de beneficio una vez conocido el costo unitario de fabricación del producto o servicio”.

En términos del autor (De Velasco, 1994, pág. 83) la fijación de precios basados en los costes se define como “Este método es el más familiar a las empresas y el más antiguo. Consiste básicamente en la adición de una cantidad (porcentaje) a los costes para obtener el precio de venta”.

Es una de las estrategias muy utilizadas y aplicadas por la mayoría de empresas manufactureras, pues se basa en determinar los costos unitarios de producción y posteriormente establecer un margen de utilidad dando origen al precio de venta al público.

Estrategias de precios

De acuerdo a lo citado por los autores (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011, pág. 664) “La estrategia de precios establece un precio competitivo en un segmento de mercado específico, con base en una estrategia de posicionamiento bien definida”.

Según el autor (De Velasco, 1994, pág. 41) expresa que las estrategias de precios “Suponen el proceso de concepción y planificación global de los cambios a realizar en las políticas de precios y generan los planes operativos precisos a realizar en el mercado”.

Las estrategias son consideradas como un conjunto de acciones que se encaminan para cumplir con los objetivos de la empresa; entonces una estrategia de precio se enfoca en definir precios competitivos con la finalidad de poder posicionar a la empresa dentro del mercado objetivo. Para fijar los precios se establece varias estrategias como precios basados en la demanda, en la competencia, en costes, estrategias diferenciales, estrategias competitivas y precios psicológicos.

Estrategias de precios diferenciales

Según los autores (Escribano, Fuentes, & Alcaraz, 2006, pág. 141) mencionan que las estrategias de precios diferenciales “Consisten en fijar distintos precios para los mismos productos aprovechando las diferencias que existen entre los consumidores”.

Las estrategias basadas en precios diferenciales se fundamenta porque se fijan precios diferentes a los mismos productos que tiene la empresa, pues se enfoca en las diferencias marcadas de los clientes, en este punto se encuentra las rebajas o descuentos que son estrategias utilizadas para la comercialización de los bienes o servicios.

Estrategias competitivas: Para (Escribano, Fuentes, & Alcaraz, 2006, pág. 144) indican que las estrategias competitivas “Consisten en la utilización del precio como instrumento decisivo para reforzar la posición competitiva de la empresa”.

Las estrategias basadas en precios competitivos se enfocan a fortalecer el posicionamiento de la empresa en comparación con competencia que se encuentra en el mismo mercado objetivo, una de las estrategias es la relación sustancial del precio y la calidad, otra estrategia es la determinación de los precios para nuevos productos y la última estrategia es tomar en cuenta la zona geográfica.

Políticas de precios: Según los autores (Fischer & Espejo, 2004, pág. 254) aluden que “Las políticas de fijación de precios deben dar origen a precios establecidos en forma consciente, de tal manera que ayuden a alcanzar los objetivos de la empresa”.

Según lo manifestado por el autor se puede definir que la política de precios sirve como guía para poder determinar una adecuada fijación de precios, además ayuda a establecer un mejor posicionamiento en el mercado, pues estas políticas de precios que se fijan en la empresa deben estar acordes para lograr los objetivos planteados.

Política de penetración. Según los autores (Fischer & Espejo, 2004, pág. 255) manifiestan que los precios de penetración significa que:

Esta política requiere precios bajos y grandes volúmenes. Los encargados de fijar el precio piensan que la atracción del precio reducido promoverá ventas de volúmenes tan grandes que el ingreso total será mayor del que obtendrían con un precio más alto. La idea es alcanzar el mercado con un precio bajo y así generar mayor demanda posible.

Política de fijación de precios por prestigio: Según los autores (Fischer & Espejo, 2004, pág. 256) mencionan que el precio por prestigio se enfocan a “El precio suele ser un elemento importante para comunicar la imagen del producto o servicio, y de hecho algunos gerentes se esfuerzan para presentar una imagen de calidad”

Política de precios por costumbre: Según los autores (Fischer & Espejo, 2004, pág. 257) aluden que el precio por costumbre es que:

En este rubro la base para determinar el precio es la tradición. Los especialistas tratan de evitar una alteración en el precio de un producto o servicio en su nivel aceptado y prefieren adaptar el producto en lo que respecta a tamaño y contenido.

Políticas de precios relacionados con la demanda: Tomando la conceptualización de los autores (Fischer & Espejo, 2004, pág. 257) se considera que la política según la demanda tiene dos enfoques:

Fijación psicológica de precios. Algunos precios tienen mayor atractivo que otros debido a que son tradicionales o satisfacen de alguna manera a los consumidores.

Fijación de precios promocionales. Los productos de precios reducidos se denominan promotores de tráfico, líder perdedor o líder de precio. Este tipo de productos se valora por debajo del aumento de precio total acostumbrado y se eligen por su atractivo promocional.

Tomando las referencias del autor se define cinco importantes políticas de precios la política de penetración que se encarga de fijar precios bajos para obtener un nivel de ventas elevado con el fin de obtener mayores utilidades; la política del precio por prestigio en donde se enfocan a establecer un precio ligado directamente con la imagen y calidad de los productos.

La política del liderazgo, es decir que la empresa líder o la más dominante de un mercado objetivo es la que fija las políticas de precios, pues estas políticas deben ser acatados por las empresas competidoras; la política del precio por costumbre que se basa en la tradición de los productos la fijación de precios se enfocan en mantener el precio pero modificar su contenido y tamaño y la política de precios enfocados a la demanda en donde se destacan dos importantes aspectos los precios promocionales y la fijación psicológica de precios.

Precio Según (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011, pág. 629) define que:

El precio desempeña dos roles en la evaluación de las alternativas del producto: tanto una medida del sacrificio como una indicación de la información”.

Por otro lado los autores (Rosa, Rondán, & Díez, 2013, pág. 31) conceptúan que “El precio puede definirse como la cantidad de dinero (también cabe la posibilidad de utilizar productos o servicios) que el comprador intercambia por productos y/o servicios recibidos del vendedor”.

Haciendo alusión a las conceptualizaciones de los autores, se puede concretar que el precio es la cantidad de dinero que se utiliza para realizar intercambios tanto de bienes como de servicios entre vendedores y compradores.

Para los autores (Rosa, Rondán, & Díez, 2013, pág. 32) definen como precio de venta a: El precio representa, desde el punto de vista del comprador, la cantidad de recursos (expresada normalmente en dinero, aunque también podría consistir en productos o servicios) que es necesario sacrificar o entregar para adquirir la propiedad o el derecho de uso y disfrute de un producto o servicio, y desde el punto de vista de vendedor, la

cantidad de recursos (dinero, productos o servicios) obtenidos por la venta de un producto o servicio.

El precio también se define como la cantidad de recursos monetarios utilizados para adquirir o intercambiar bienes o servicios entre compradores y vendedores en un mercado determinado, la fijación de precios de venta está dada por la aplicación de políticas y estrategias adecuadas para alcanzar los objetivos de la empresa.

2.3. Preguntas Directrices y/o hipótesis

2.3.1. Preguntas Directrices

¿Conoce usted cuales son los elementos del costo del servicio de hospedaje que oferta su hotel?

¿Qué tanto conoce usted acerca de la determinación de costos de hospedaje que oferta el hotel?

¿De qué manera se determinan los costos de hospedaje en su hotel?

¿Con cuál de los siguientes términos relacionados con el tipo de materiales y suministros que se utilizan en la prestación del servicio de hospedaje está usted familiarizado?

¿La calidad de los materiales y suministros que se emplea en la prestación del servicio de hospedaje es?

¿Considera usted que en la prestación del servicio de hospedaje existe desperdicio de los materiales y suministros?

¿En base a cuál de los siguiente parámetros considera usted que se aplican los costos reales del personal de servicio en el hotel?

¿Cuál de las siguientes opciones considera usted como otros costos de servicios que se utiliza en la prestación del servicio de hospedaje?

¿Se utiliza en su hotel alguna base de asignación para determinar los otros costos del servicio de hospedaje?

¿Conoce usted cuál es la clasificación de los costos de hospedaje?

¿Considera usted que en su hotel se maneja actualmente un método adecuado para determinar los costos de hospedaje?

¿Se considera a los clientes con un factor importante para establecer el precio del servicio de hospedaje?

¿En la fijación de los precios del servicio de hospedaje se considera los precios ofertados por las empresas competidoras?

¿La fijación de los precios en su hotel se determina de acuerdo a los costos de hospedaje?

¿Considera usted que el porcentaje de utilidad que se aplica al servicio de hospedaje ofertado es el apropiado?

¿En el hotel se aplica políticas basadas en precios para generar más ventas del servicio de hospedaje?

¿Se determina en el hotel estrategias de comercialización para incrementar las ventas del servicio de hospedaje?

¿El precio de venta fijado para el servicio de hospedaje es competitivo en relación con la competencia?

¿Usted toma en consideración el efecto de la globalización para fijar los precios del servicio de hospedaje?

¿Los precios fijados para el servicio de hospedaje permiten alcanzar los objetivos propuestos en el hotel?

2.3.2. Hipótesis

Planteamiento de la hipótesis

¿La determinación de los costos incide en la fijación de los precios del servicio de hospedaje en los hoteles de la ciudad de Baños?

Variable Independiente: Los costos

Variable Dependiente: Fijación de los precios

Unidad de Observación: Hoteles de la ciudad de Baños.

Términos de Relación: Incide

CAPÍTULO III

3.1. Modalidad, Enfoque y Nivel de Investigación

3.1.1 Modalidad de la Investigación

Se refiere a la estrategia que adopta el investigador para responder al problema, dificultad o inconveniente planteado en el estudio.

Las modalidades de investigación a utilizar son: la investigación de campo y bibliográfico-documental que a continuación se citan:

Investigación de campo

Según (Hernandez G, 2011) “Es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social. (Investigación pura), o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada)”.

Según (Garcés, P. H., 2000) “Es la investigación que se realiza en el lugar geográfico donde se producen los hechos, o campo de los hechos, como jardín, la escuela, el hogar, o una entidad social como un barrio marginal, las viviendas indígenas, los comerciantes ambulantes, etc.”

Investigación de bibliográfica.

Afirma (Lopez P). “En un sentido amplio, el método de investigación bibliográfica es el sistema que se sigue para obtener información contenida en documentos. En sentido más específico, el método de investigación bibliográfica es el conjunto de técnicas y estrategias que se emplean para localizar, identificar y acceder a aquellos documentos que contienen la información pertinente para la investigación”.

La investigación bibliográfica tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre

una cuestión determinada, basándose en documentos (fuentes primarias), o en libros, revistas periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias)

Su aplicación se recomienda especialmente en estudios sociales comparados con diferentes modelos, tendencias, o de realidades socioculturales; en estudios geográficos, históricos, geopolíticos, literarios, entre otros. (Herrera & Medina, 2004)

Teniendo una base con los conceptos anteriores la investigación propuesta al sector hotelero de la ciudad de Baños será de carácter bibliográfico, por lo que se ha de tomar información reposada en libros, revistas, investigaciones y otros documentos que estén relacionados con la investigación.

Investigación documental.

De acuerdo a (Bernal, 2006) cita a Hernández quien afirma:

“La investigación documental depende fundamentalmente de la información que se obtiene o se consulta en documentos, entendiendo por esto todo material al que se pueda acudir como fuente de referencia, sin que se altere su naturaleza o sentido, los cuales aportan información o dan testimonio de su realidad o un acontecimiento. Estas fuentes documentales deben ser respaldadas para su validez.”

3.1.2. Enfoque de la Investigación.

Cualitativo “Se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de datos, los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes y después para refinarlas y preponderarlas.” (Vargas, 2014)

Cuantitativo “Es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar o eludir” pasos, el orden es riguroso, aunque, desde luego, podemos

redefinir alguna fase. Parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica.

De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones respecto de la(s) hipótesis.” (Vargas, 2014).

3.1.3. Nivel de Investigación

La investigación por su nivel de conocimiento llegará al siguiente nivel:

Investigación Descriptiva.

(Namakforoosh & Mohammad, 2005). “Es una forma de estudio para saber, quien donde, cuando, como y porque del sujeto de estudio. En otras palabras, la información obtenida en un estudio descriptivo, explica perfectamente a una organización el consumidor, objetos conceptos y cuentas” (pág. 91)

Investigación Correlacional.

(Bernal, C, 2006). En su libro Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales señala que la investigación correlacional “Tiene como objeto mostrar o examinar la relación entre las variables y resultados”

En nuestra investigación se examinara la relación entre la variable independiente costos hoteleros con la variable dependiente determinación de precios con la finalidad de comprobar la hipótesis planteada.

3.2. Población, Muestra y Unidad de Investigación

3.2.1. Población

(D'Angelo, 2015, pág. 1) Menciona que: “Es la totalidad de unidades de análisis del conjunto a estudiar. Conjunto de individuos, objetos, elementos o fenómenos en los cuales puede presentarse determinada característica susceptible de ser estudiada.”

HOTELES Y HOSTALES DE LA CIUDAD DE BAÑOS

| | | | |
|----|---------------------------|----|-----------------------------|
| 1 | HOSTAL ABALORIO | 26 | HOTEL LUNA RUNTÚN |
| 2 | HOSTAL ACAPULCO | 27 | HOTEL MONICKS |
| 3 | HOSTAL ALCAZAR | 28 | HOSTAL LEÓN |
| 4 | HOSTAL ANAIS | 29 | HOSTAL LA FLORESTA |
| 5 | HOSTAL ALISAMAY INN | 30 | HOSTAL LE PETIT |
| 6 | HOSTAL CASA REAL | 31 | HOSTAL LA CASCADA |
| 7 | HOSTAL CHARVIC | 32 | HOSTAL POSADA |
| 8 | HOSTAL D`ANTHONY | 33 | HOSTAL REAL |
| 9 | HOSTAL DONDE IVÁN | 34 | HOSTAL ROSS INN |
| 10 | HOSTAL EL COLIBRÍ | 35 | HOSTAL RAIN FOREST TOUR |
| 11 | HOSTAL EL JARDIN DE BAÑOS | 36 | HOSTAL SAVOY |
| 12 | HOSTAL ELVITA | 37 | HOSTAL SANTA CRUZ |
| 13 | HOSTAL EL ORO | 38 | HOSTAL SOLEIL |
| 14 | HOSTAL EL BELÉN | 39 | HOSTAL TRANSILVANIA |
| 15 | HOSTAL EL QUINDE | 40 | HOSTAL VILLA GERTRUDIS |
| 16 | HOSTAL GRAND RÍO | 41 | HOSTAL VOLCANO |
| 17 | HOSTAL HEIDI | 42 | HOSTAL VALVERDE`S |
| 18 | HOSTAL ISLA DE BAÑOS | 43 | HOTEL MIRADOR SAN FRANCISCO |
| 19 | HOSTAL JARDIN DEL SOL | 44 | HOTEL PUERTA DE ALCALA |
| 20 | HOSTAL LA CASA DE ADALUZ | 45 | HOTEL PUERTA DEL SOL |
| 21 | HOTEL AMBATEÑITO | 46 | HOTEL SANGAY |
| 22 | HOTEL BAÑOS | 47 | HOTEL SAMARI |
| 23 | HOTEL CASA BLANCA | 48 | HOSTAL LA POSADA |
| 24 | HOTEL ELVITA | 49 | HOSTAL VILLA SANTA CLARA |
| 25 | HOTEL FLOR DE ORIENTE | | |

Tabla N° 3: Hoteles y Hostales de la Ciudad de Baños

Fuente: (Camara de Turismo Baños, 2016)

Unidad de Investigación

“Sector Hotelero de la ciudad de Baños de Agua Santa”

3.2.3. Unidad de Investigación

Hoteles de la ciudad de Baños de Agua Santa

Técnicas e Instrumentos

(Bernal C.A., 2010) Indica que:

En la actualidad, en investigación científica hay gran variedad de técnicas o instrumentos para la recolección de información en el trabajo de campo de una determinada investigación de acuerdo con el método y el tipo de investigación que se va a realizar se utilizan unas u otras técnicas.

La investigación Cuantitativa: Utiliza generalmente los siguientes instrumentos y técnicas para la recolección de información: Encuestas, Entrevistas, Pruebas estadísticas.

Investigación Cualitativa: Utiliza sobre todo los siguientes instrumentos o técnicas, de acuerdo con el problema objetivo de la investigación que se va a realizar:

- Entrevistas estructuradas y no estructuradas
- Observación sistemática y no sistemática
- Cuestionarios
- Archivos
- Exámenes Especiales

3.3. Operacionalización de Variables

3.3.1. Variable Independiente: Los Costos

| CONCEPTUALIZACIÓN | CATEGORIAS | INDICADORES | ITEMS | TÉCNICAS |
|--|-------------------------|---|--|--|
| Es la expresión monetaria de los recursos de todo tipo empleados en el proceso de atención a los huéspedes y usuarios de los servicios del hotel; incluye los gastos por concepto de comestibles, bebidas, materiales de todo tipo, combustibles, energía y otros objetos de trabajo consumidos en el proceso, así como los gastos por la remuneración del trabajo, la depreciación de equipos, edificios y otros medios, la promoción y el marketing, el mantenimiento de las instalaciones, los impuestos y otros gastos que se originen como resultado de las actividades que desarrolle la entidad hotelera. | Elementos del Costo | <p>Materiales y Suministros</p> <p>Personal de Servicios</p> <p>Otros Costos de Servicios</p> | <p>¿Con cuál de los siguientes términos relacionados con el tipo de materiales y suministros que se utilizan en la prestación del servicio de hospedaje está usted familiarizado?</p> <p>¿En base a cuál de los siguiente parámetros considera usted que se aplican los costos reales del personal de servicios en el Hotel?</p> <p>¿Cuál de las siguientes opciones considera usted como otros costos de servicios que se utiliza en la prestación del servicio de hospedaje?</p> <p>¿Utiliza alguna base de asignación para los otros costos de servicios?</p> | <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario Dirigido al Personal de Administración</p> |
| | Clasificación del costo | Por su identificación | ¿Conoce usted cuál es la clasificación de los costos de Hospedaje? | |
| | Sistema de Costos | Sistema de Costos Estándar | ¿Considera usted que el hotel maneja actualmente un sistema adecuado para determinar los costos de hospedaje? | |

Tabla N° 4: Operacionalización de la Variable Independiente

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Fuente: Marco Teórico

Operacionalización de Variables

3.3.2. Variable Independiente: Fijación de Precios

| CONCEPTUALIZACION | CATEGORIAS | INDICADORES | ITEMS | TÉCNICAS |
|--|------------------------|---|---|--|
| El precio de venta representa, desde el punto de vista del comprador, la cantidad de recursos (expresada normalmente en dinero, aunque también podría consistir en productos o servicios) que es necesario sacrificar o entregar para adquirir la propiedad o el derecho de uso y disfrute de un producto o servicio, y desde el punto de vista de vendedor, la cantidad de recursos (dinero, productos o servicios) obtenidos por la venta de un producto o servicio. | Políticas de precios | Política de fijación de precios por prestigio. Política de precios por costumbre | ¿Cree usted que el hotel aplica políticas basadas en precios para generar más ventas? | Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Dirigido al Personal de Administración |
| | Técnicas | Precios basados en la demanda Precios basados en la competencia Precios basados en los costes | ¿Se considera a los clientes con un factor importante para establecer el precio? ¿La fijación de los precios del servicio de hospedaje en su hotel se determina de acuerdo a los costos? ¿En la fijación de precios se considera los precios ofertados por las empresas competidoras? | |
| | Estrategias de precios | Estrategias diferenciales Estrategias competitivas | ¿Cree usted que el hotel determina estrategias de comercialización para incrementar la venta del servicio del hospedaje? ¿Cree usted que el precio fijado es competitivo en relación con la competencia? | |
| | Gestión de Mercado | Demanda - Oferta Competencia Globalización | ¿Los precios fijados permitirán alcanzar los objetivos propuestos en el hotel? ¿Considera usted que la globalización afecta a la fijación de precios? | |

Tabla N° 5: Operacionalización de la Variable Dependiente

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Fuente: Marco Teórico

3.4. Descripción detallada del tratamiento de la información

Comprende el conjunto de estrategias metodológicas a emplearse durante el proceso de recolección de datos relevantes para la verificación de hipótesis.

3.4.1. Plan de Recolección de la Información

| PREGUNTAS BÁSICAS | EXPLICACIÓN |
|-------------------------------|---|
| ¿Para qué? | Conseguir los objetivos de la investigación |
| ¿De qué personas u objetos? | La recolección de información se realizará al personal Administrativo al Sector Hotelero de la ciudad de Baños de Agua Santa. |
| ¿Sobre qué aspectos? | Costos hoteleros y el impacto en la determinación del precio. |
| ¿Quién? | El investigador: Edgar Hidalgo |
| ¿Cuándo? | 2016 |
| ¿Dónde? | Al sector hotelero de la Ciudad de Baños de Agua Santa. |
| ¿Cuántas veces? | Las que sean necesarias. |
| ¿Qué técnicas de recolección? | La encuesta |
| ¿Con que? | Cuestionarios para recolectar la información |

Tabla N° 6: Plan de Recolección de datos

Elaborado por: Edgar Hidalgo

3.4.2. Plan de procesamiento y análisis de la información

Según (Sabino, 2002)“El procesamiento de los datos se refiere a todo el proceso que sigue un investigador desde la recolección de datos, hasta la presentación de los mismos en forma resumida. Tiene básicamente tres etapas; recolección y entrada, procesamiento y presentación”.

El procesamiento de la información consistirá en validar las encuestas y tabular cada una de las preguntas para lo cual se utilizará el programa de Microsoft Excel permitiendo así que los datos recogidos se transformen en resultados.

Para la visualización de la información obtenida se utilizará la representación gráfica de pastel ya que las preguntas de la encuesta son cerradas, por tanto, su uso permitirá una más fácil interpretación.

Una vez obtenida la información necesaria, esta servirá para precisar los objetivos, decidir el nivel de aproximación del estudio, elegir las variables que se van a analizar y las técnicas de obtención y procesamiento de datos nos permite despejar incógnitas y realizar el procedimiento con resultados positivos toda la información brindada por la empresa.

Descripción detallada del tratamiento de la información de fuentes primarias y secundarias

Para desarrollar el plan de recolección de información es necesario el uso indispensable de diversas fuentes primarias y secundarias.

Como lo manifiesta el autor Cerda en el libro Metodología de la investigación del autor (Bernal, 2010, pág. 191) las fuentes primarias de investigación son:

Fuentes primarias. Son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina información. Es también conocida como información de primera mano o desde el lugar de los hechos. Estas fuentes son las personas, las organizaciones, los acontecimientos, el ambiente natural, etcétera.

Además el mismo autor (Bernal, 2010, pág. 192) menciona que las fuentes secundarias para la recolección de la información son:

Fuentes secundarias. Son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o las situaciones, sino que sólo los referencian. Las principales fuentes secundarias para la obtención de la

información son los libros, las revistas, los documentos escritos (en general, todo medio impreso), lo documentales, los noticieros y los medios de información.

Tomando las referencias del autor se puede acotar que las fuentes primarias y secundarias son esenciales en el presente investigación que se desarrolla en los hoteles de la ciudad de Baños, porque permite obtener información relevante para analizar las variables que se encuentran inmersas en el objeto de estudio.

Las principales fuentes primarias que se utilizarán es el personal Administrativo de cada hotel los cuales nos ayudarán a recabar información a través de la aplicación de la técnica de la encuesta. Por otro lado también se empleará las fuentes secundarias como libros, diccionarios, tesis, leyes, revistas en donde se podrá encontrar información pertinente con relación al tema de investigación.

CAPÍTULO IV

4.1. Principales resultados

El objetivo es analizar e interpretar la información proyectada en la encuesta dando resultados que se presentaran gráficamente para una presentación adecuada. Para este análisis de datos utilizamos el programa de cálculo Excel debido a que es una de las herramientas que cuenta con extensos contenidos gráficos.

A continuación se desarrollara el análisis de resultados, con preguntas que van dirigidas a las variables de nuestro estudio, el mismo que se aplicó a 81 personas que conforman el Área Administrativa del sector hotelero de la ciudad de Baños de Agua Santa, la información obtenida se ilustrará mediante gráficos estadísticos propuestos para cada pregunta realizada una vez tabulada la información.

4.1.1. Resultados

1.¿Conoce usted cuál es la clasificación de los costos de Hospedaje?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 20 | 41% |
| NO | 29 | 59% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 7: Conocimiento de la clasificación de los Costos

Fuente: Encuesta

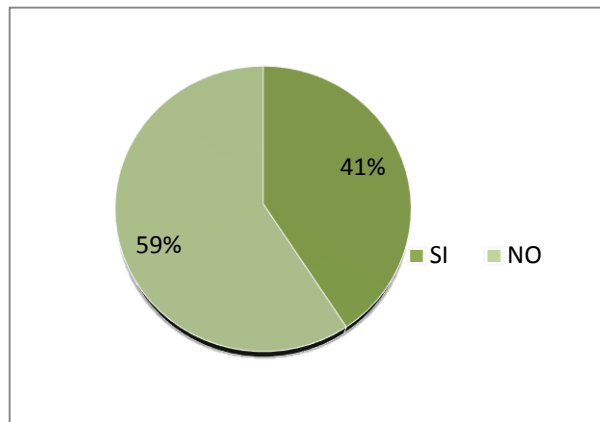


Gráfico N° 8: Conocimiento de la clasificación de los Costos

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Las encuestas efectuadas engloban el 100% y los porcentajes se distribuyen de la siguiente manera el 21% manifiesta que SI conoce la clasificación de los costos, por otro lado el 79% indica que NO tiene conocimiento alguno de la clasificación de los costos.

Interpretación

Acorde a los datos obtenidos se indica que en los hoteles de la ciudad de Baños un 79% de las personas encuestadas no saben cuál es la clasificación de los costes, debido a que existe un total desconocimiento por parte del gerente y del personal del área administrativa respecto a la materia de Costos.

2.¿Tiene usted conocimiento como se determinan los costos del servicio de hospedaje en su hotel?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 16 | 33% |
| NO | 33 | 67% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 8: Determinación de los Costos

Fuente: Encuesta

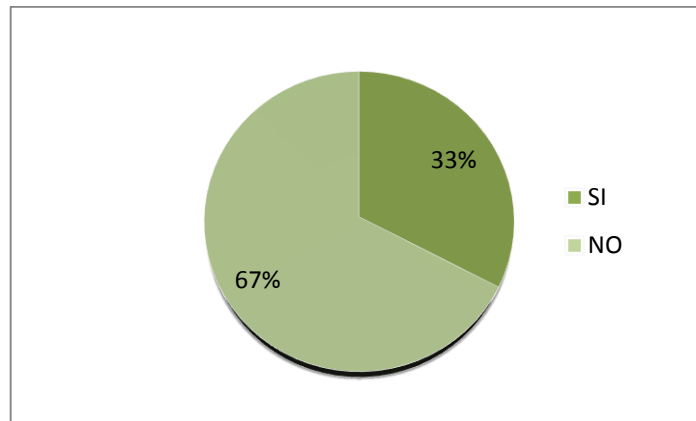


Gráfico N° 9: Determinación de los Costos

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Según las encuestas ejecutadas que suman un total del 100%, se tiene que el 68% indica que tienen poco conocimiento de la determinación de costos, por otra parte el 16% señala que conocen mucho acerca de la manera como establecen el costo del servicio de hospedaje, mientras tanto otro 16% manifiesta que no conocen nada en relación a cómo se define el costo del servicio de hospedaje.

Interpretación

Tomando en consideración los resultados proporcionados por las encuestas la mayoría del personal de los hoteles de la ciudad de Baños afirma que conoce poco acerca de la manera como se determina los costos del servicio de hospedaje, por lo cual es necesario que las empresas brinden una capacitación referente a la materia de costos para que sus trabajadores puedan tener un conocimiento más claro en relación a este tema.

3.¿Utiliza alguna técnica o sistema para determinar los costos de hospedaje en el hotel?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 16 | 33% |
| NO | 33 | 67% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 9: Técnica o sistema para determinar los Costos

Fuente: Encuesta

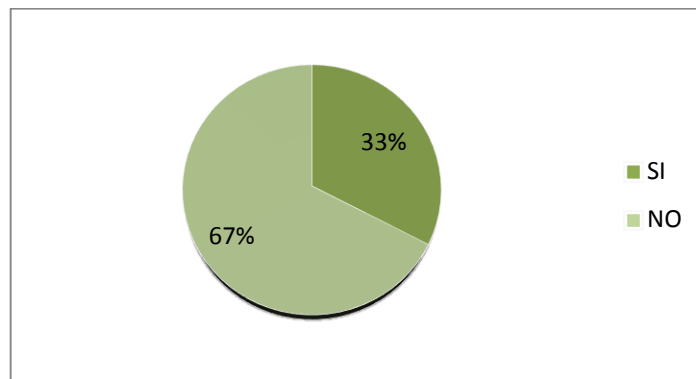


Gráfico N° 10: Técnica o sistema para determinar los Costos

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Según las encuestas efectuadas cuya totalidad es del 100%, arrojan los siguientes datos un 33% utilizan una técnica para determinar los costos del servicio de hospedaje del hotel y un 67% aseguran no utilizar una técnica o sistema para determinar los costos del servicio de hospedaje del hotel

Interpretación

Los resultados tabulados muestran que la mayoría de los hoteles de la ciudad de Baños no poseen un sistema o una técnica para determinar sus costos del servicio de hospedaje, es decir no manejan una manera técnica para establecer dichos costos, por ende sus costes actuales no son los apropiados afectando al precio.

4.¿Cuál es la técnica o sistema que utiliza para determinar los costos del servicio de hospedaje en el hotel?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------|------------|-------------|
| SISTEMA DE COSTOS | 16 | 33% |
| EMPIRICAMENTE | 33 | 67% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 10: Como se determinan los costos

Fuente: Encuesta

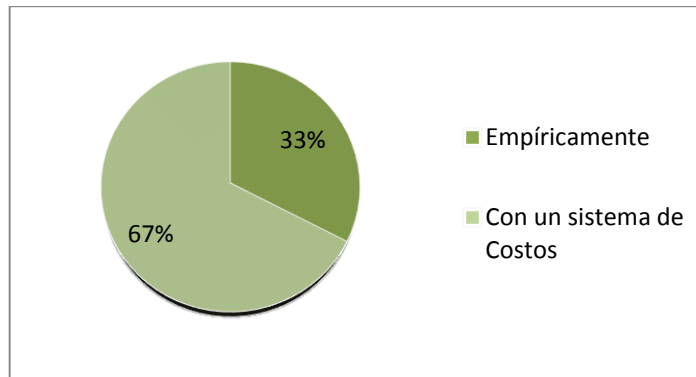


Gráfico N° 11: Como se determinan los costos

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Según las encuestas efectuadas cuya totalidad es del 100%, arrojan los siguientes datos un 33% muestra que los hoteles determinan sus costos del servicio de hospedaje de manera mediante un sistema de costos, por otro lado un 67% manifestó que sus costos del servicio de hospedaje se realizan de una manera empírica.

Interpretación

Los resultados tabulados muestran que la mayoría de los hoteles de la ciudad de Baños trabajan empíricamente en otras palabras se utiliza la experiencia y la observación para obtener los costos del servicio de hospedaje, es decir no manejan una manera técnica para establecer dichos costos, por ende sus costes actuales no son los apropiados afectando al precio.

5.¿Con cuál de los siguientes términos relacionados con el tipo de materiales y suministros que se utilizan en la prestación del servicio de hospedaje está usted familiarizado?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------------------|------------|-------------|
| Materiales y Suministros Directos | 20 | 41% |
| Materiales y Suministros Indirectos | 0 | 0% |
| Materiales y Suministros | 29 | 59% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 11: Conocimiento del tipo de Materiales y Suministros

Fuente: Encuesta

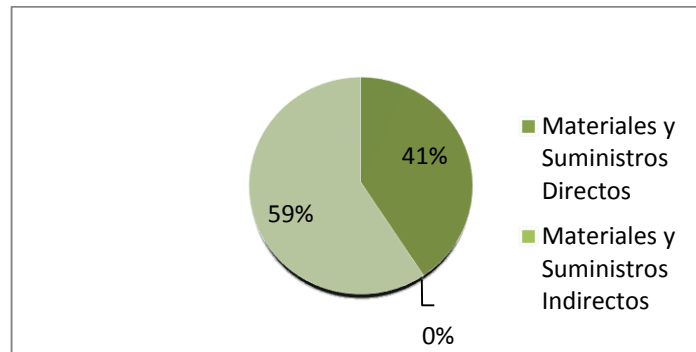


Gráfico N° 12: Conocimiento del tipo de Materiales y Suministros

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Conforme a las encuestas realizadas que suman un total del 100%, se tiene que el 59% señala que con el término que más se familiarizan es con los Materiales y Suministros, mientras el 59% indica que se relacionan más con la palabra Materiales y Suministros Directos y ninguna persona respondió que se familiariza con la expresión Materiales y Suministros Indirectos.

Interpretación

Tomando los resultados proporcionados por las encuestas se establece que la mayoría del personal de los hoteles de la ciudad de Baños se familiariza con el término Materiales y Suministros y un porcentaje reducido se relaciona con los Materiales y Suministros Directos, este desconocimiento por parte del personal provoca que no se identifique claramente el tipo de Materiales y Suministros que se utiliza en el servicio de hospedaje.

6.¿La calidad de los materiales y suministros que se emplea en la prestación del servicio de hospedaje son?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| Excelente | 31 | 63% |
| Bueno | 15 | 31% |
| Regular | 3 | 6% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 12: Calidad de los materiales y suministros

Fuente: Encuesta

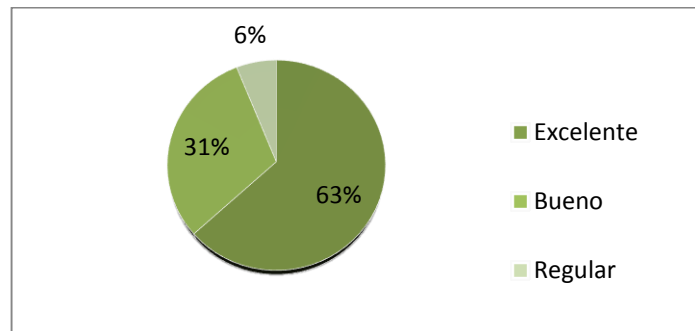


Gráfico N° 13: Calidad de los materiales y suministros

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Las encuestas efectuadas engloban el 100% distribuido de la siguiente manera el 63% manifiesta que es excelente la calidad de los materiales y suministros, por otro lado el 31% señala que la calidad de los materiales y suministros es buena y un 6% menciona que la calidad de los materiales y suministros empleada por los hoteles de la ciudad de Baños es regular.

Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas el 60% del personal de Administración de los hoteles de la ciudad de Baños menciona que se maneja una excelente calidad respecto a los materiales y suministros, esto repercute para que la calidad del servicio de hospedaje de los hoteles constituya una ventaja competitiva muy fuerte, pues ayuda a obtener un mejor posicionamiento y también aumenta el nivel de ingresos para los hoteles.

7.¿Existe desperdicio de los materiales y suministros en la prestación del servicio de hospedaje?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 21 | 43% |
| NO | 28 | 57% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 13: Desperdicio de Materiales y Suministros

Fuente: Encuesta

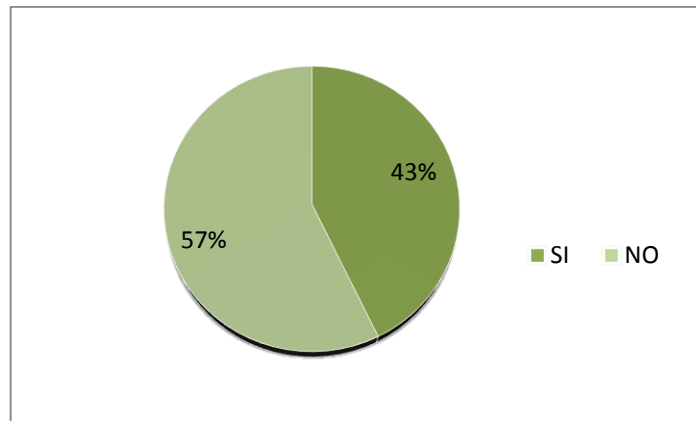


Gráfico N° 14: Desperdicio de Materiales y Suministros

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Conforme a las encuestas realizadas que suman un total del 100%, se tiene que el 57% menciona NO existe desperdicio de Los Materiales y Suministros, mientras el 43% indica que SI existe un desperdicio de los materiales y suministros (papel higiénico, shampoo, detergente y jabón de baño) utilizados en la prestación del servicio de hospedaje.

Interpretación

Según los datos proporcionados en las encuestas al personal administrativo de los hoteles de la ciudad de Baños, casi la totalidad responden que no existe desperdicio de materiales y suministros, es decir en este aspecto si existe un control apropiado para que los suministros (papel higiénico, shampoo, detergente y jabón de baño) no sea desperdiciado exageradamente y de esta manera se puedan ahorrar gastos innecesarios en la empresa.

8.¿En base a cuál de los siguientes parámetros se determina el costo del personal del servicio de hospedaje en el Hotel?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------|------------|-------------|
| Por Metros Cuadrados | 33 | 67% |
| Por Minutos Trabajados | 16 | 33% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 14: Parámetros se determina el costo del personal del servicio

Fuente: Encuesta

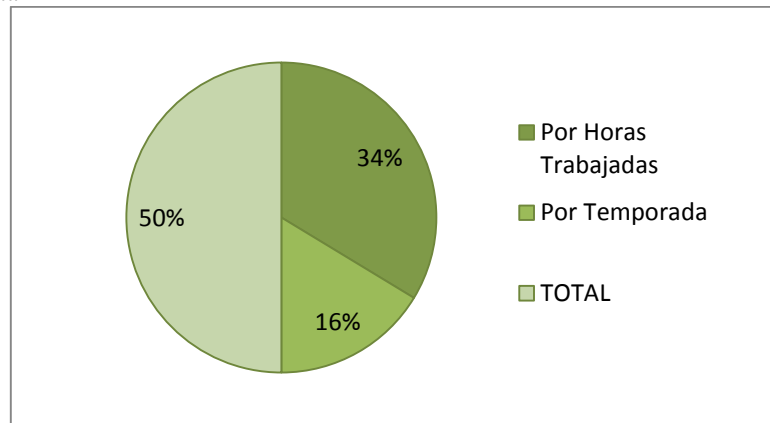


Gráfico N° 15: Parámetros se determina el costo del personal del servicio

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Las encuestas receptadas engloban el 100% distribuidas de la siguiente manera el 67% menciona que el costo del personal de servicio de hospedaje se realiza en base a los metros cuadrados, mientras el 33% señala que el parámetro para establecer el costo del personal de servicio de hospedaje es acorde a los minutos totales trabajados en el hotel.

Interpretación

La información proporcionada en las encuestas asegura que los parámetros que los hoteles de la ciudad de Baños toman en cuenta para obtener el costo del personal de servicio de hospedaje se basa principalmente a los metros cuadrados que posee el hotel

9.¿Cuál de las siguientes opciones considera usted como otros costos de servicios que se utiliza en la prestación del servicio de hospedaje?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--|------------|-------------|
| Servicios Básicos, Depreciaciones y Publicidad | 21 | 43% |
| Suministros y Materiales | 2 | 4% |
| Ninguno de las Anteriores | 26 | 53% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 15: Conocimiento de los otros costos de servicios

Fuente: Encuesta

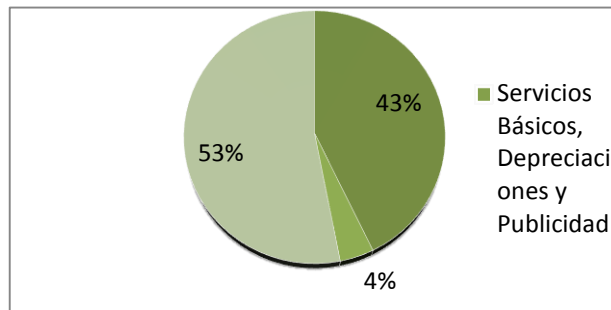


Gráfico N° 16: Conocimiento de los otros costos de servicios

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Acorde a las encuestas ejecutadas que suman un total del 100%, se tiene que el 53% indica que no conoce cuáles son los otros costos de servicios, por otro lado el 4% señala que los suministros y materiales son considerados como otros costos de servicios y el 43% encuestado restante manifestó que se considera como otros costos de servicios a los servicios básicos, depreciación de la maquinaria y publicidad.

Interpretación

Tomando los resultados de las encuestas se puede manifestar que el personal administrativo de los hoteles de la ciudad de Baños no tiene conocimiento alguno de cuáles son los otros costos de servicios, debido a que el gerente y el personal de administración considera a todos los costos como directos, por tal motivo el costo unitario que genera cada empresa no es el correcto ya que no se define con exactitud los rubros que conforman los otros costos de servicios.

10.¿Se utiliza en su hotel alguna base de asignación para determinar los otros costos del servicio de hospedaje?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 18 | 37% |
| NO | 29 | 59% |
| DESCONOCE | 2 | 4% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 16: Base de asignación de los otros costos del servicio

Fuente: Encuesta

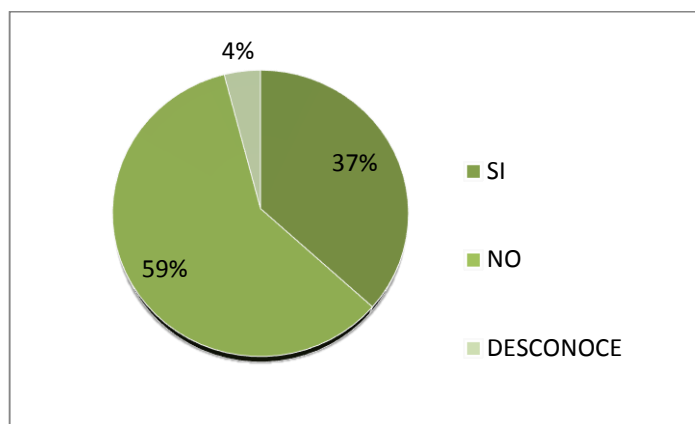


Gráfico N° 17: Base de asignación de los otros costos del servicio

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Según las encuestas realizadas cuya totalidad es del 100%, arroja lo siguiente el 37% señala que SI tienen una base de asignación de los otros costos de servicios de hospedaje y un 59% de la población encuestada indicó NO utilizar una base de asignación de los otros costos de servicios de hospedaje en su hotel y un 4% desconoce si ese utiliza una base de asignación para determinar los otros costos de servicio de hospedaje.

Interpretación

Según los resultados obtenidos en las encuestas se evidencia que toda la población encuestada indica que en los hoteles de la ciudad de Baños, no se utiliza una base de asignación de los otros costos de servicios de hospedaje, por lo que se ve afectado el costo unitario y el costo total del servicio de hospedaje.

11.¿Considera usted que la técnica o sistema utilizado actualmente para determinar los costos de hospedaje es la adecuada?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 16 | 33% |
| NO | 33 | 67% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 17: Adecuada técnica o sistema para determinar los costos de hospedaje

Fuente: Encuesta

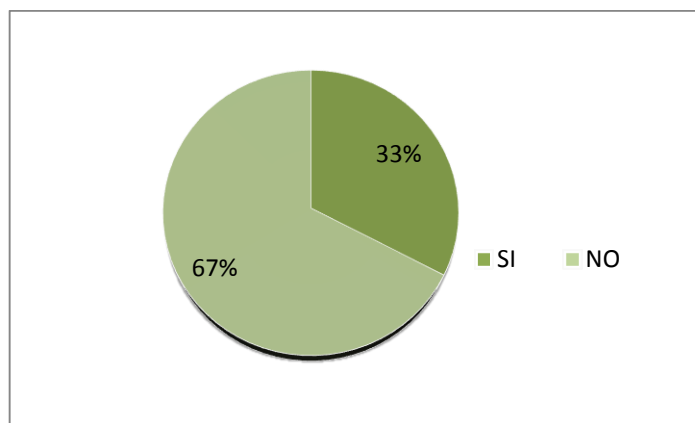


Gráfico N° 18: Adecuada técnica o sistema para determinar los costos de hospedaje

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

De acuerdo a las encuestas realizadas que suman un total del 100%, se tiene que el 33% indica que SI existe un sistema para determinar los costos de hospedaje, por otro lado el 67% señala que NO existe un sistema de costes para determinar los costos del servicio de hospedaje de la empresa.

Interpretación

Según los datos obtenidos de las personas encuestadas se evidencia que en los hoteles de la ciudad de Baños no manejan actualmente un sistema de costes para poder determinar sus costos de hospedaje, debido a que se realizan de manera empírica; por ende los actuales costos unitarios de hospedaje y costos totales son calculados de forma inadecuada provocando que los resultados económicos de la empresa no sean los esperado

12.¿Se considera a los clientes con un factor importante para establecer el precio del servicio de hospedaje?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 29 | 59% |
| NO | 20 | 41% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 18: Los clientes como factor en el precio

Fuente: Encuesta

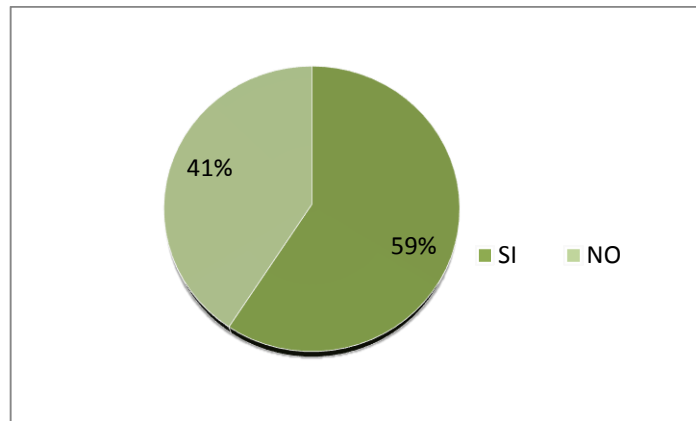


Gráfico N° 19: Los clientes como factor en el precio

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Acorde a las encuestas realizadas que suman un total del 100%, se tiene que el 59% señala que los clientes SI constituyen un factor para establecer el precio de venta, mientras que el 41% indica que los clientes NO son un factor para determinar los precios.

Interpretación

Tomando en consideración los resultados proporcionados por las encuestas se menciona que en los hoteles de la ciudad de Baños si se considera a los clientes como un elemento más para determinar los precios, pues el cliente constituye la razón de ser de la empresa.

13.¿En la fijación de precios del servicio de hospedaje se considera los precios ofertados por las empresas competidoras?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 38 | 78% |
| NO | 11 | 22% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 19: Precios ofertados por las empresas competidoras

Fuente: Encuesta

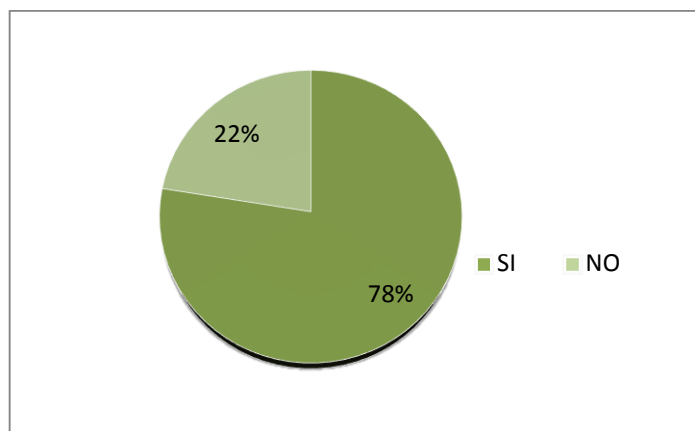


Gráfico N° 20: Precios ofertados por las empresas competidoras

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Las encuestas realizadas engloban el 100% distribuidas de la siguiente manera el 78% menciona que SI se considera los precios ofertados por la competencia, mientras que el 22% señala que NO se toma en cuenta los precios ofertados por las empresas competidoras.

Interpretación

La información proporcionada en las encuestas asegura que la mayoría de los hoteles de la ciudad de Baños toman en consideración los precios ofertados por la competencia para fijar sus precios de venta, pues se analiza a las empresas competidoras como un elemento más para establecer un precio acorde al mercado.

14.¿Considera usted que el porcentaje de utilidad que se aplica al servicio de hospedaje ofertado es el apropiado?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 17 | 35% |
| NO | 32 | 65% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 20: Porcentaje de utilidad del servicio ofertado

Fuente: Encuesta

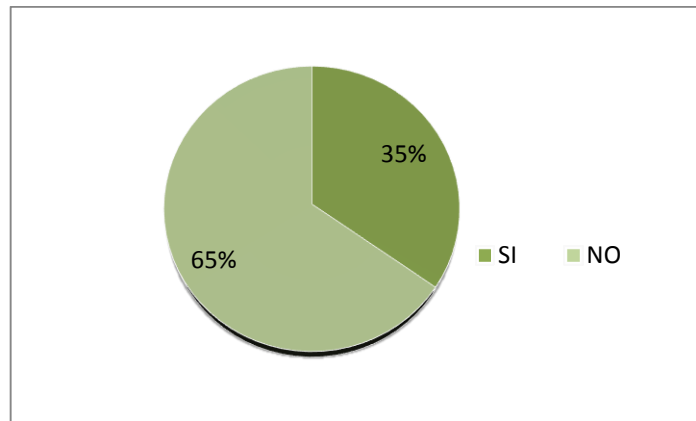


Gráfico N° 21: Porcentaje de utilidad del servicio ofertado

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Conforme a las encuestas efectuadas que suman un total del 100%, se tiene que el 35% indica que el porcentaje de utilidad del servicio de hospedaje ofertado NO es el apropiado, en cambio el 65% manifiesta que el porcentaje de utilidad SI es la adecuado.

Interpretación

Según los resultados obtenidos en la encuestas en los hoteles de la ciudad de Baños se considera que el porcentaje de utilidad que se da al servicio de hospedaje ofertado para obtener el precio de venta no es el apropiado, por lo tanto es de suma urgencia la aplicación de este estudio para cambiar esta perspectiva negativa de la empresa.

15.¿Se aplica políticas basadas en precios para generar más ventas del servicio de hospedaje?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 39 | 80% |
| NO | 10 | 20% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 21: Políticas basadas en precios

Fuente: Encuesta

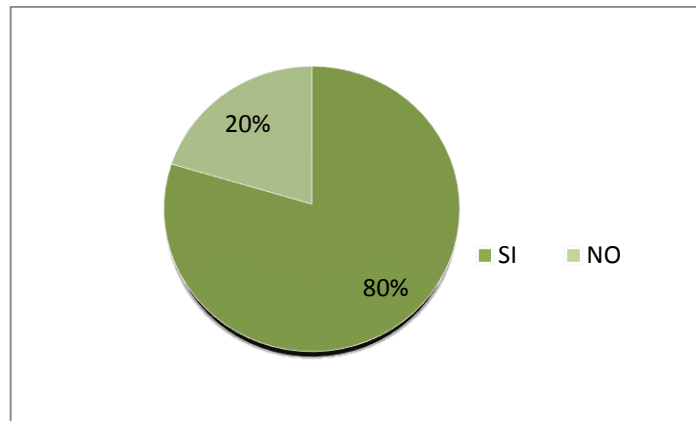


Gráfico N° 22: Políticas basadas en precios

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Las encuestas realizadas engloban el 100% y se encuentran distribuidas de la siguiente manera el 80% indica que SI aplican políticas basadas en los precios, por otra parte el 20% señala que NO aplican políticas basadas en precios.

Interpretación

Acorde a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, se refleja que en los hoteles de la ciudad de Baños si aplican políticas fundamentadas en los precios, las cuales son de ayuda para generar un nivel elevado de ventas y además permite generar utilidades a la empresa, mientras un porcentaje reducido conformado por el 21% señaló que sus empresas no manejan ninguna política de precios por no tener conocimiento del tema.

16.¿La fijación de los precios del servicio de hospedaje en su hotel se determina de acuerdo a los costos?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 12 | 24% |
| NO | 37 | 76% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 22: Fijación de los precios del servicio de hospedaje según los costos

Fuente: Encuesta

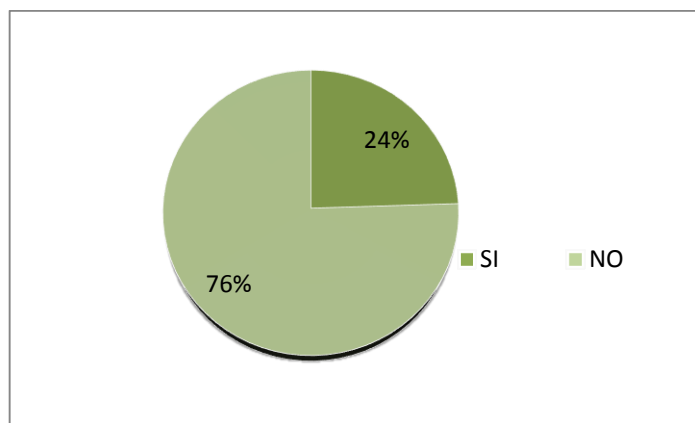


Gráfico N° 23: Fijación de los precios del servicio de hospedaje según los costos

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Conforme a las encuestas efectuadas engloban el 100% distribuido de la siguiente manera el 23% señala que la fijación de precios SI se realiza según los costos de del servicio de hospedaje, por otro lado el 76% que es una cantidad mínima menciona que los costos del servicio de hospedaje NO constituyen una base para fijar los precios.

Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos el 96% del personal de los hoteles de la ciudad de Baños expresan que para fijar el precio se basan principalmente en los costos de del servicio de hospedaje, pero en vista que no manejan un sistema de costeo la fijación de los precios es errónea y por ende la empresa no refleja sus verdaderos resultados económicos; por este motivo es necesario la aplicación de este estudio para dar solución a las falencias de las empresas.

17.¿Se determina descuentos para incrementar las ventas del servicio d hospedaje?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 30 | 61% |
| NO | 19 | 39% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 23: Descuentos para incrementar las ventas

Fuente: Encuesta

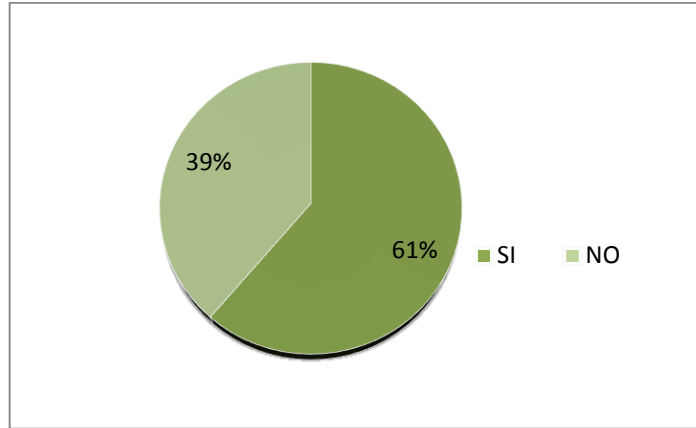


Gráfico N° 24: Descuentos para incrementar las ventas

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Según las encuestas realizadas cuya totalidad es del 100%, arroja lo siguiente el 61% señala que la empresa SI determina estrategias de comercialización, mientras que el 39% indica que NO poseen estrategias de comercialización que les ayude a incrementar sus ventas del servicio de hospedaje.

Interpretación

De acuerdo a los datos tabulados de las encuestas, se puede observar que el 60% del personal de administración de los hoteles de la ciudad de Baños afirma que si poseen estrategias de comercialización, debido a que son indispensables para mantener una buena relación comercial con sus clientes y además genera una mayor cantidad de ventas al momento de aplicar dichas estrategias; por otro lado un 40% manifestó que los hoteles no utiliza estrategias, puesto que desconocen acerca del tema.

18.¿El precio de venta fijado para el servicio de hospedaje es competitivo en relación con la competencia?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 39 | 80% |
| NO | 10 | 20% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 24: Precio en relación de la competencia

Fuente: Encuesta

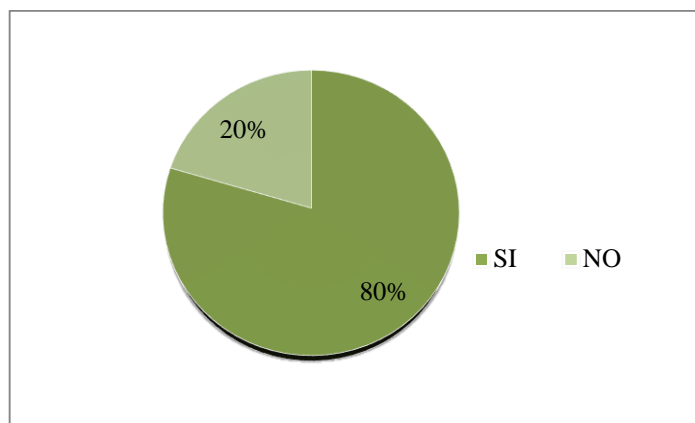


Gráfico N° 25: Precio en relación de la competencia

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Acorde a las encuestas ejecutadas que suman un total del 100%, se tiene que el 80% señala que el precio fijado SI es competitivo, por otro lado manifiesta un 20% que el precio NO es competitivo en relación con la competencia.

Interpretación

Tomando en consideración los resultados proporcionados por las encuestas del personal de administración de los hoteles de la ciudad de Baños se constata que el 80% menciona que el precio fijado es competitivo, puesto que toman en consideración los precios de la competencia para establecer el precio ofertado; el plus que añaden los hoteles es la calidad y la exclusividad al servicio de hospedaje para generar un aumento significativo en la venta del servicio, con relación a las demás empresas competidoras.

19.¿Usted toma en consideración el efecto de globalización para fijar los precios del servicio de hospedaje?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 10 | 20% |
| NO | 39 | 80% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 25: Consideración de la globalización para fijar los precios

Fuente: Encuesta

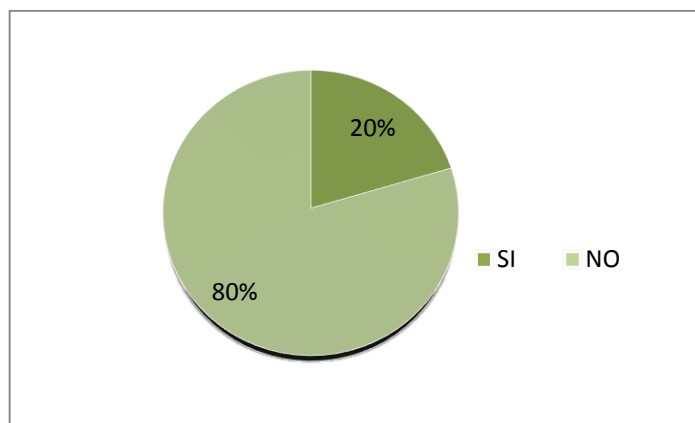


Gráfico N° 26: Consideración de la globalización para fijar los precios

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Las encuestas realizadas engloban el 100% distribuidas de la siguiente manera el 20% indica que la globalización NO afecta al momento de fijar los precios, mientras que el 80% menciona que la globalización SI influye para establecer el precio del servicio de hospedaje ofertado.

Interpretación

Conforme los resultados adquiridos en las encuestas se evidencia que un 80% indica que la globalización no afecta la fijación de los precios en los hoteles de la ciudad de Baños, es decir las empresas no toma en consideración a este factor para poder definir sus precios ofertados, pero la globalización se considera como un fenómeno determinante e inevitable al momento de realizar el intercambio de bienes y servicios o el comercio a nivel mundial.

20.¿Los precios fijados al servicio de hospedaje permiten alcanzar los objetivos propuestos en la Empresa?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 10 | 20% |
| NO | 39 | 80% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 26: Alcance de los Objetivos

Fuente: Encuesta

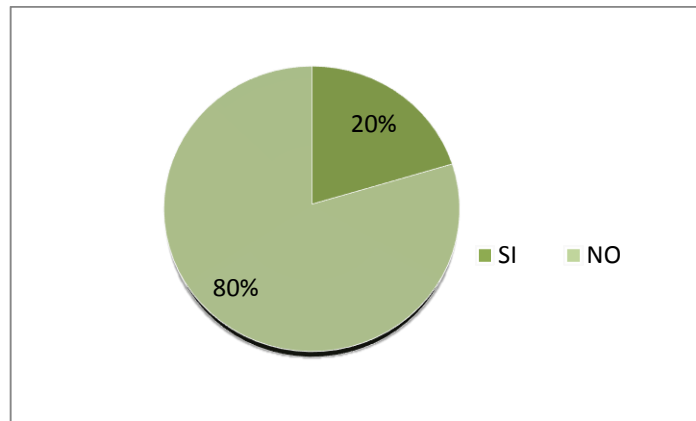


Gráfico N° 27: Alcance de los Objetivos

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Acorde a las encuestas realizadas cuya totalidad es del 100%, arroja lo siguiente el 20% manifiesta los precios fijados SI alcanzan los objetivos propuesto por la empresa, por otra parte el 80% señala que los precios determinados NO llegan a cumplir con los objetivos planeados.

Interpretación

Los resultados obtenidos en las encuestas arrojan que según la perspectiva del personal administrativo los precios fijados si permiten alcanzar los objetivos de la empresa, pero haciendo relación con la inapropiada determinación de costos y por ende la fijación de precios que mantiene la empresa no permite alcanzar totalmente sus objetivos como son las de obtener mayores utilidades.

21.¿Cree usted que el precio fijado al servicio de hospedaje es adecuado?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 27 | 55% |
| NO | 22 | 45% |
| TOTAL | 49 | 100% |

Tabla N° 27: Adecuado precio fijado al servicio

Fuente: Encuesta

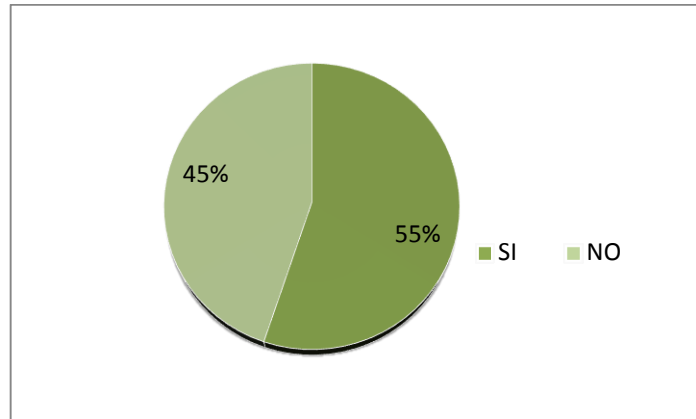


Gráfico N° 28: Adecuado precio fijado al servicio

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Análisis

Acorde a las encuestas realizadas cuya totalidad es del 100%, arroja lo siguiente el 55% manifiesta los precios fijados SI alcanzan los objetivos propuesto por la empresa, por otra parte el 45% señala que los precios determinados NO llegan a cumplir con los objetivos planeados.

Interpretación

Los resultados obtenidos en las encuestas arrojan que según la perspectiva del personal administrativo los precios fijados si permiten alcanzar los objetivos de la empresa, pero haciendo relación con la inapropiada determinación de costos y por ende la fijación de precios que mantiene la empresa no permite alcanzar totalmente sus objetivos como son las de obtener mayores utilidades.

4.1.2. Verificación de la Hipótesis

Para realizar la verificación de la hipótesis planteada en el presente trabajo investigativo se utilizó dos ítems de la encuesta aplicada, se escogieron a aquellos que tuvieron mucha relación con las variables estudiadas, así también la aplicación y verificación de la hipótesis.

Las preguntas que fueron seleccionadas son: la numero tres y cuatro que se refiere a la determinación de los costos de hospedaje” es decir tiene relación con la variable independiente y también la número doce y trece “fijación de los precios” donde está relacionada con la variable dependiente.

Modelo Lógico

Ho: La determinación de los costos NO inciden en la fijación de los precios del servicio de hospedaje en los hoteles de la Ciudad de Baños.

Ha: La determinación de los costos SI inciden en la fijación de los precios del servicio de hospedaje en los hoteles de la Ciudad de Baños.

Modelo Matemático

Ho: $X1 = X2$

Ha: $X1 \neq X2$

Nivel de significancia

Para comprobación de la hipótesis, se selecciona un nivel de significación del 5%, ($\alpha=0,05$).

Modelo Estadístico

Para comprobar si la distribución se ajusta a la curva normal o no, mediante la técnica de Chi cuadrado, aplicaremos la siguiente fórmula:

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Dónde:

X² = chi cuadrado

Σ = sumatoria

O = frecuencia observada

E = frecuencia esperada

Los grados de libertad para la prueba son

$$Gl = (f - 1) (c - 1)$$

$$Gl = (2 - 1) (2 - 1)$$

$$Gl = (1) (1)$$

$$Gl = 1$$

Tabla del Chi Cuadrado



| Grados de libertad | $\alpha=.995$ | $\alpha=.99$ | $\alpha=.975$ | $\alpha=.95$ | $\alpha=.90$ | $\alpha=.10$ | $\alpha=.05$ |
|--------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 1 | 0.0000 | 0.0002 | 0.0010 | 0.0039 | 0.0158 | 2.7055 | 3.8415 |
| 2 | 0.0100 | 0.0201 | 0.0506 | 0.1026 | 0.2107 | 4.6052 | 5.9915 |
| 3 | 0.0717 | 0.1148 | 0.2158 | 0.3518 | 0.5844 | 6.2514 | 7.8147 |
| 4 | 0.2070 | 0.2971 | 0.4844 | 0.7107 | 1.0636 | 7.7794 | 9.4877 |
| 5 | 0.4117 | 0.5543 | 0.8312 | 1.1455 | 1.6103 | 9.2364 | 11.070 |

Gráfico N° 29: Tabla del Chi Cuadrado

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Cálculo de X² Tabular

Con un nivel de confianza de 0,05 y con 1 grado de libertad se obtiene un chi cuadrado tabular de 3,84

| FRECUENCIAS OBSERVADAS | | | |
|-------------------------------|-----------|-----------|--------------|
| PREGUNTAS | SI | NO | TOTAL |
| Pregunta 4 | 12 | 37 | 49 |
| Pregunta 14 | 27 | 22 | 49 |
| TOTAL | 39 | 59 | 98 |

Tabla N° 28: Frecuencias Observadas
Elaborado por: Edgar Hidalgo

| FRECUENCIAS ESPERADAS | | | |
|------------------------------|-----------|-----------|--------------|
| PREGUNTAS | SI | NO | TOTAL |
| Pregunta 4 | 19,50 | 29,50 | 49 |
| Pregunta 14 | 19,50 | 29,50 | 49 |
| TOTAL | 39 | 59 | 98 |

Tabla N° 29: Frecuencias Esperadas
Elaborado por: Edgar Hidalgo

| CALCULO DEL CHI CUADRADO | | | | | |
|---------------------------------|-----------|-----------|--------------|-----------------|----------------------|
| Preguntas | FO | FE | FO-FE | (FO-FE)2 | (FO-FE)2 / FE |
| Pregunta 4 Si | 12 | 19,50 | -7,50 | 56,25 | 2,884615385 |
| Pregunta 14 Si | 27 | 19,50 | 7,50 | 56,25 | 2,884615385 |
| Pregunta 4 No | 37 | 29,50 | 7,50 | 56,25 | 1,906779661 |
| Pregunta 14 No | 22 | 29,50 | -7,50 | 56,25 | 1,906779661 |
| Sumatoria | | | | | 9,582790091 |
| Chi Tabular | | | | | 3,84 |

Tabla N° 30: Cálculo del Chi Cuadrado
Elaborado por: Edgar Hidalgo

Modelo Gráfico

De acuerdo a la tabla estadística de chi cuadrado, el valor asociado al nivel de confianza 95% con $gl=1$ es 3.84

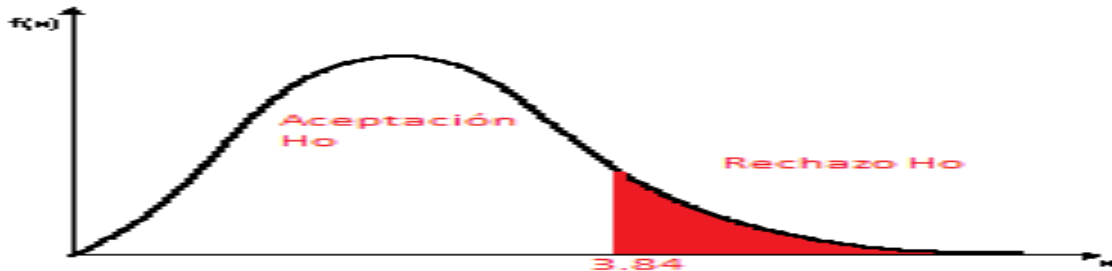


Gráfico N° 30: Verificación de la Hipótesis
Elaborado por: Edgar Hidalgo

DECISIÓN

El resultado de la aplicación del Chi Cuadrado fue de 9,58 y con un nivel de significancia de 0.5 y un grado de libertad de 1, se rechaza la H_0 y se acepta la H_a de la investigación.

ENTONCES:

La determinación de los costos SI inciden en la fijación de los precios del servicio de hospedaje en los hoteles de la Ciudad de Baños.

Luego de las investigaciones realizadas en las empresas se tomó un ejemplo de una de estas para conocer el procedimiento con el cual ellos determinan sus costos y fijan los precios del servicio de hospedaje. Para la determinación de los costos nos basaremos en la información correspondiente al primer semestre del año 2016. A continuación se detalla un resumen de los costos y gastos incurridos en ese mes.

El resultado que arroja las encuestas realizadas en las empresas permite afirmar que la determinación de los costos si inciden en la fijación de los precios del servicio de hospedaje en los hoteles de la Ciudad de Baños.

HOTEL MONIKS
CLASIFICACIÓN DE LOS OTROS COSTOS DE SERVICIOS

| Nº | DETALLE | VALOR |
|----|--|--------------|
| 1 | Sueldos y Salarios | \$ 85.585,78 |
| 2 | Sueldos Eventuales | \$ 3.854,72 |
| 3 | Aporte Patronal | \$ 9.542,82 |
| 4 | Iece y Secap | \$ 855,86 |
| 5 | Liquidación de Haberes | \$ 5.928,36 |
| 6 | Fondos de Reserva | \$ 4.158,69 |
| 7 | xiii Sueldo | \$ 2.510,50 |
| 8 | xiv Sueldo | \$ 3.574,60 |
| 9 | Agua | \$ 3.582,24 |
| 10 | Luz | \$ 4.592,02 |
| 11 | Teléfono | \$ 2.618,16 |
| 12 | Viáticos y Movilización | \$ 326,65 |
| 13 | Repuestos y Accesorios | \$ 3.215,40 |
| 14 | Correos | \$ 825,98 |
| 15 | Suministros de Habitaciones | \$ 4.088,36 |
| 16 | Fumigación y Mat. De Limpieza | \$ 1.068,97 |
| 17 | Imprenta | \$ 1.068,97 |
| 18 | Útiles de Oficina | \$ 965,54 |
| 19 | Internet | \$ 3.856,68 |
| 20 | Publicidad y Propaganda | \$ 2.588,36 |
| 21 | Periódicos y Revistas | \$ 325,69 |
| 22 | Mantenimiento Equipo de Computo | \$ 675,97 |
| 23 | Mantenimiento y Reparación de Maquinaria | \$ 1.836,65 |
| 24 | Mantenimiento y Reparación de Vehículo | \$ 765,26 |
| 25 | Mantenimiento de Edificios | \$ 3.826,65 |
| 26 | Gastos Floristería | \$ 1.916,61 |
| 27 | Cable | \$ 2.735,12 |
| 28 | Otros Gastos | \$ 1.440,00 |
| 29 | Gas | \$ 6.811,40 |
| 30 | Diésel | \$ 5.457,88 |
| 31 | Gasolina | \$ 2.097,11 |
| 32 | Jubilaciones | \$ 1.200,00 |

\$ 116.011,33

\$ 237.499,43

| | | |
|-----------|--|--------------|
| 33 | Actuación Artística | \$ 2.466,75 |
| 34 | Confección de Lencería de habitación | \$ 1.236,54 |
| 35 | Transporte | \$ 996,70 |
| 36 | Servicios médicos | \$ 1.175,40 |
| 37 | Uniforme | \$ 1.625,69 |
| 38 | Seguros | \$ 3.294,94 |
| 39 | Dulces recepción | \$ 625,06 |
| 40 | Gastos depreciación | \$ 28.084,94 |
| 41 | Gastos Amortización | \$ 3.428,57 |
| 42 | Impto. Mun. y permisos de Funcionamiento | \$ 2.453,25 |
| 43 | Telefonía Celular | \$ 4.032,00 |
| 44 | Comisiones Tarjetas | \$ 11.169,36 |
| 45 | Contribuciones | \$ 2.162,70 |
| 46 | Gastos Bancarios | \$ 850,53 |

\$ 121.488,10

\$ 237.499,43

Tabla N° 31: Clasificación de los otros costos de servicios
Fuente: Hotel Moniks

DETERMINACION DEL COSTO DEL PERSONAL DE SERVICIO "HOTEL MONIKS"

| | | | | | | |
|-----------------------------------|----------------------|----------|------------------|----------|----------------|---------|
| Total Personal de Servicio | <u>\$ 116.011,33</u> | \$ 85,54 | Semestral | \$ 14,26 | Mensual | \$ 0,48 |
| Total Metros Cuadrados | <u>\$ 1.356,21</u> | | | | | |

| HABITACION | METROS CUADRADOS | NUM. HABIT. | TOTAL M2 | COSTO MOD X DIA | COSTO TOTAL DIARIO | COSTO UNITARIO |
|-----------------|------------------|-------------|----------------|-----------------|--------------------|----------------|
| SIMPLE | 14,82 | 4 | 59,28 | \$ 0,48 | \$ 28,17 | \$ 9,95 |
| DOBLE | 19,72 | 5 | 98,60 | \$ 0,48 | \$ 46,86 | \$ 9,95 |
| TRIPLE | 22,64 | 4 | 90,56 | \$ 0,48 | \$ 43,04 | \$ 9,95 |
| CUADRUPLE | 28,88 | 2 | 57,76 | \$ 0,48 | \$ 27,45 | \$ 9,95 |
| PLAZA SIMPLE | 14,85 | 4 | 59,40 | \$ 0,48 | \$ 28,23 | \$ 9,95 |
| PLAZA DOBLE | 19,65 | 4 | 78,60 | \$ 0,48 | \$ 37,35 | \$ 9,95 |
| SUITE SIMPLE | 14,77 | 9 | 132,93 | \$ 0,48 | \$ 63,17 | \$ 9,95 |
| SUITE DOBLE | 19,24 | 9 | 173,16 | \$ 0,48 | \$ 82,29 | \$ 9,95 |
| SUITE TRIPLE | 22,01 | 8 | 176,08 | \$ 0,48 | \$ 83,68 | \$ 9,95 |
| SUITE CUADRUPLE | 25,84 | 8 | 206,72 | \$ 0,48 | \$ 98,24 | \$ 9,95 |
| SUITE QUINTUPLE | 27,89 | 8 | 223,12 | \$ 0,48 | \$ 106,03 | \$ 9,95 |
| | | 65 | 1356,21 | | \$ 644,51 | |

Tabla N° 32: Determinación del costo del personal de servicio "Hotel Moniks"

Fuente: Hotel Moniks

DETERMINACIÓN DEL COSTO DEL PERSONAL DE SERVICIO "REAL"

| | | | | | | |
|-----------------------------------|----------------------|----------|------------------|----------|----------------|---------|
| Total Personal de Servicio | <u>\$ 116.011,33</u> | \$ 85,54 | Semestral | \$ 14,26 | Mensual | \$ 0,48 |
| Total Metros Cuadrados | <u>\$ 1.356,21</u> | | | | | |

| HABITACION | METROS CUADRADOS | NUM. HABITACIONES | TOTAL M2 | COSTO MOD X DIA | COSTO TOTAL DIARIO | COSTO UNITARIO X HABITACION |
|-----------------|------------------|-------------------|----------------|-----------------|--------------------|-----------------------------|
| SIMPLE | 14,82 | 4 | 59,28 | \$ 0,48 | \$ 28,17 | \$ 7,04 |
| DOBLE | 19,72 | 5 | 98,60 | \$ 0,48 | \$ 46,86 | \$ 9,37 |
| TRIPLE | 22,64 | 4 | 90,56 | \$ 0,48 | \$ 43,04 | \$ 10,76 |
| CUADRUPLE | 28,88 | 2 | 57,76 | \$ 0,48 | \$ 27,45 | \$ 13,72 |
| PLAZA SIMPLE | 14,85 | 4 | 59,40 | \$ 0,48 | \$ 28,23 | \$ 7,06 |
| PLAZADOBLE | 19,65 | 4 | 78,60 | \$ 0,48 | \$ 37,35 | \$ 9,34 |
| SUITE SIMPLE | 14,77 | 9 | 132,93 | \$ 0,48 | \$ 63,17 | \$ 7,02 |
| SUITE DOBLE | 19,24 | 9 | 173,16 | \$ 0,48 | \$ 82,29 | \$ 9,14 |
| SUITE TRIPLE | 22,01 | 8 | 176,08 | \$ 0,48 | \$ 83,68 | \$ 10,46 |
| SUITE CUADRUPLE | 25,84 | 8 | 206,72 | \$ 0,48 | \$ 98,24 | \$ 12,28 |
| SUITE QUINTUPLE | 27,89 | 8 | 223,12 | \$ 0,48 | \$ 106,03 | \$ 13,25 |
| | | 65 | 1356,21 | | \$ 644,51 | |

Tabla N° 33: Determinación del costo del personal de servicio "Real"

Elaborado por: Edgar Hidalgo

DETERMINACIÓN DE LOS OTROS COSTOS DE SERVICIO "HOTEL MONIKS"

| <u>Otros Costos de Servicio</u> | | \$ 121.488,10 | \$ 89,58 | Semestral | \$ 14,93 | Mensual | \$ 0,50 |
|---------------------------------|------------------|-------------------|----------------|-----------------|--------------------|-----------------------------|---------|
| <u>Total Metros Cuadrados</u> | | \$ 1.356,21 | | | | | |
| HABITACION | METROS CUADRADOS | NUM. HABITACIONES | TOTAL M2 | COSTO MOD X DIA | COSTO TOTAL DIARIO | COSTO UNITARIO X HABITACION | |
| SIMPLE | 14,82 | 4 | 59,28 | \$ 0,50 | \$ 29,50 | \$ 10,42 | |
| DOBLE | 19,72 | 5 | 98,60 | \$ 0,50 | \$ 49,07 | \$ 10,42 | |
| TRIPLE | 22,64 | 4 | 90,56 | \$ 0,50 | \$ 45,07 | \$ 10,42 | |
| CUADRUPLE | 28,88 | 2 | 57,76 | \$ 0,50 | \$ 28,74 | \$ 10,42 | |
| PLAZA SIMPLE | 14,85 | 4 | 59,40 | \$ 0,50 | \$ 29,56 | \$ 10,42 | |
| PLAZADOBLE | 19,65 | 4 | 78,60 | \$ 0,50 | \$ 39,12 | \$ 10,42 | |
| SUITE SIMPLE | 14,77 | 9 | 132,93 | \$ 0,50 | \$ 66,15 | \$ 10,42 | |
| SUITE DOBLE | 19,24 | 9 | 173,16 | \$ 0,50 | \$ 86,18 | \$ 10,42 | |
| SUITE TRIPLE | 22,01 | 8 | 176,08 | \$ 0,50 | \$ 87,63 | \$ 10,42 | |
| SUITE CUADRUPLE | 25,84 | 8 | 206,72 | \$ 0,50 | \$ 102,88 | \$ 10,42 | |
| SUITE QUINTUPLE | 27,89 | 8 | 223,12 | \$ 0,50 | \$ 111,04 | \$ 10,42 | |
| | | 65 | 1356,21 | | \$ 674,93 | \$ 114,62 | |

Tabla N° 34: Determinación de los otros costos de servicio "Hotel Moniks"

Fuente: Hotel Moniks

DETERMINACIÓN DE LOS OTROS COSTOS DE SERVICIO "REAL"

| <u>Otros costos de Servicio</u> | | \$ 121.488,10 | \$ 89,58 | Semestral | \$ 14,93 | Mensual | \$ 0,50 |
|---------------------------------|------------------|-------------------|----------------|-----------------|--------------------|-----------------------------|---------|
| <u>Total Metros Cuadrados</u> | | \$ 1.356,21 | | | | | |
| HABITACION | METROS CUADRADOS | NUM. HABITACIONES | TOTAL M2 | COSTO MOD X DIA | COSTO TOTAL DIARIO | COSTO UNITARIO X HABITACION | |
| SIMPLE | 14,82 | 4 | 59,28 | \$ 0,50 | \$ 29,50 | \$ 7,38 | |
| DOBLE | 19,72 | 5 | 98,60 | \$ 0,50 | \$ 49,07 | \$ 9,81 | |
| TRIPLE | 22,64 | 4 | 90,56 | \$ 0,50 | \$ 45,07 | \$ 11,27 | |
| CUADRUPLE | 28,88 | 2 | 57,76 | \$ 0,50 | \$ 28,74 | \$ 14,37 | |
| PLAZA SIMPLE | 14,85 | 4 | 59,40 | \$ 0,50 | \$ 29,56 | \$ 7,39 | |
| PLAZADOBLE | 19,65 | 4 | 78,60 | \$ 0,50 | \$ 39,12 | \$ 9,78 | |
| SUITE SIMPLE | 14,77 | 9 | 132,93 | \$ 0,50 | \$ 66,15 | \$ 7,35 | |
| SUITE DOBLE | 19,24 | 9 | 173,16 | \$ 0,50 | \$ 86,18 | \$ 9,58 | |
| SUITE TRIPLE | 22,01 | 8 | 176,08 | \$ 0,50 | \$ 87,63 | \$ 10,95 | |
| SUITE CUADRUPLE | 25,84 | 8 | 206,72 | \$ 0,50 | \$ 102,88 | \$ 12,86 | |
| SUITE QUINTUPLE | 27,89 | 8 | 223,12 | \$ 0,50 | \$ 111,04 | \$ 13,88 | |
| | | 65 | 1356,21 | | 674,93 | | |

Tabla N° 35: Determinación de los otros costos de servicio "Real"

Elaborado por: Edgar Hidalgo

HOJAS DE COSTO "HOTEL MONIKS"

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|--------------------------------|-------------------|---------|----------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN SIMPLE | | | |
| FECHA | M y S | MO | OCI | TOTAL |
| 31/01/2016 | | \$ 9,95 | \$ 10,42 | \$ 20,37 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 9,95 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 10,42 |
| COSTO TOTAL HAB. SIMPLE | | | | \$ 20,37 |

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|-------------------------------|------------------|---------|----------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN DOBLE | | | |
| FECHA | M y S | MO | OCI | TOTAL |
| 31/01/2016 | | \$ 9,95 | \$ 10,42 | \$ 20,37 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 9,95 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 10,42 |
| COSTO TOTAL HAB. DOBLE | | | | \$ 20,37 |

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|-------------------------------|-------------------|---------|----------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN TRIPLE | | | |
| FECHA | M y S | MO | OCI | TOTAL |
| 31/01/2016 | | \$ 9,95 | \$ 10,42 | \$ 20,37 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 9,95 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 10,42 |
| COSTO TOTAL HAB.TRIPLE | | | | \$ 20,37 |

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|----------------------------------|----------------------|---------|----------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN CUADRUPLE | | | |
| FECHA | M y S | MO | OCI | TOTAL |
| 31/01/2016 | | \$ 9,95 | \$ 10,42 | \$ 20,37 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 9,95 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 10,42 |
| COSTO TOTAL HAB.CUADRUPLE | | | | \$ 20,37 |

Tabla N° 36: Hojas de Costos Hotel Sangay (Simple, Doble, Triple, Cuádruple)
Fuente: Hotel Moniks

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|-------------------------------------|-------------------------|---------|----------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN PLAZA SIMPLE | | | |
| FECHA | M y S | MO | OCI | TOTAL |
| 31/01/2016 | | \$ 9,95 | \$ 10,42 | \$ 20,37 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 9,95 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 10,42 |
| COSTO TOTAL HAB.PLAZA SIMPLE | | | | \$ 20,37 |

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|------------------------------------|------------------------|---------|----------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN PLAZA DOBLE | | | |
| FECHA | M y S | MO | OCI | TOTAL |
| 31/01/2016 | | \$ 9,95 | \$ 10,42 | \$ 20,37 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 9,95 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 10,42 |
| COSTO TOTAL HAB.PLAZA DOBLE | | | | \$ 20,37 |

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|-------------------------------------|-------------------------|---------|----------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN SUITE SIMPLE | | | |
| FECHA | M y S | MO | OCI | TOTAL |
| 31/01/2016 | | \$ 9,95 | \$ 10,42 | \$ 20,37 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 9,95 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 10,42 |
| COSTO TOTAL HAB.SUITE SIMPLE | | | | \$ 20,37 |

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|------------------------------------|------------------------|---------|----------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN SUITE DOBLE | | | |
| FECHA | M y S | MO | OCI | TOTAL |
| 31/01/2016 | | \$ 9,95 | \$ 10,42 | \$ 20,37 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 9,95 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 10,42 |
| COSTO TOTAL HAB.SUITE DOBLE | | | | \$ 20,37 |

Tabla N° 37: Hojas de Costos Hotel Moniks (Plaza simple, Plaza doble, Suite simple, Suite doble)

Fuente: Hotel Moniks

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|-------------------------------------|-------------------------|---------|----------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN SUITE TRIPLE | | | |
| FECHA | M y S | MO | OCI | TOTAL |
| 31/01/2016 | | \$ 9,95 | \$ 10,42 | \$ 20,37 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 9,95 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 10,42 |
| COSTO TOTAL HAB.SUITE TRIPLE | | | | \$ 20,37 |

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|--|----------------------------|---------|----------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN SUITE CUADRUPLE | | | |
| FECHA | M y S | MO | OCI | TOTAL |
| 31/01/2016 | | \$ 9,95 | \$ 10,42 | \$ 20,37 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 9,95 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 10,42 |
| COSTO TOTAL HAB.SUITE CUADRUPLE | | | | \$ 20,37 |

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|---|-----------------------------|---------|----------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN SUITE QUINTUPLES | | | |
| FECHA | M y S | MO | OCI | TOTAL |
| 31/01/2016 | | \$ 9,95 | \$ 10,42 | \$ 20,37 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 9,95 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 10,42 |
| COSTO TOTAL HAB.SUITE QUINTUPLES | | | | \$ 20,37 |

Tabla N° 38: Hoja de Costos Hotel Moniks (Suite Triple, Suite Cuádruple, Suite Quíntuple)
Fuente: Hotel Moniks

HOJAS DE COSTO "REAL"

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|--------------------------------|-------------------|---------|---------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN SIMPLE | | | |
| FECHA | M y S | MO | OCI | TOTAL |
| 31/08/2016 | | \$ 7,04 | \$ 7,38 | \$ 14,42 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 7,04 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 7,38 |
| COSTO TOTAL HAB. SIMPLE | | | | \$ 14,42 |

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|-------------------------------------|------------------|---------|---------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN DOBLE | | | |
| FECHA | M y S | MO | OCI | TOTAL |
| 31/08/2016 | | \$ 9,37 | \$ 9,81 | \$ 19,19 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 9,37 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 9,81 |
| COSTO TOTAL HAB. MATRIMONIAL | | | | \$ 19,19 |

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|-------------------------------|-------------------|----------|----------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN TRIPLE | | | |
| FECHA | M y S | MO | OCI | TOTAL |
| 31/08/2016 | | \$ 10,76 | \$ 11,27 | \$ 22,03 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 10,76 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 11,27 |
| COSTO TOTAL HAB.DOUBLE | | | | \$ 22,03 |

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|-------------------------------|----------------------|----------|----------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN CUADRUPLE | | | |
| FECHA | M y S | MO | OCI | TOTAL |
| 31/08/2016 | | \$ 13,72 | \$ 14,37 | \$ 28,10 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 13,72 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 14,37 |
| COSTO TOTAL HAB.TRIPLE | | | | \$ 28,10 |

Tabla N° 39: Hojas de Costos Real (Simple, Doble, Triple, Cuádruple)
Elaborado por: Edgar Hidalgo

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|-----------------------------------|-------------------|---------|---------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN SIMPLE | | | |
| FECHA | MyS | MO | OCI | TOTAL |
| 31/08/2016 | | \$ 7,06 | \$ 7,39 | \$ 14,45 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 7,06 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 7,39 |
| COSTO TOTAL HAB.CUADRUPLES | | | | \$ 14,45 |

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|-----------------------------------|------------------|---------|---------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN DOBLE | | | |
| FECHA | MyS | MO | OCI | TOTAL |
| 31/08/2016 | | \$ 9,34 | \$ 9,78 | \$ 19,12 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 9,34 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 9,78 |
| COSTO TOTAL HAB.CUADRUPLES | | | | \$ 19,12 |

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|-------------------------------|-------------------|---------|---------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN SIMPLE | | | |
| FECHA | MyS | MO | OCI | TOTAL |
| 31/08/2016 | | \$ 7,02 | \$ 7,35 | \$ 14,37 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 7,02 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 7,35 |
| COSTO TOTAL HAB.DOUBLE | | | | \$ 14,37 |

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|-------------------------------|------------------|---------|---------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN DOBLE | | | |
| FECHA | MyS | MO | OCI | TOTAL |
| 31/08/2016 | | \$ 9,14 | \$ 9,58 | \$ 18,72 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 9,14 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 9,58 |
| COSTO TOTAL HAB.TRIPLE | | | | \$ 18,72 |

Tabla N° 40: Hojas de Costos Real (Plaza simple, Plaza doble, Suite simple, Suite doble)

Elaborado por: Edgar Hidalgo

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|-----------------------------------|-------------------|----------|----------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN TRIPLE | | | |
| FECHA | M y S | MO | OCI | TOTAL |
| 31/08/2016 | | \$ 10,46 | \$ 10,95 | \$ 21,41 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 10,46 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 10,95 |
| COSTO TOTAL HAB.CUADRUPLES | | | | \$ 21,41 |

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|-----------------------------------|----------------------|----------|----------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN CUADRUPLE | | | |
| FECHA | M y S | MO | OCI | TOTAL |
| 31/08/2016 | | \$ 12,28 | \$ 12,86 | \$ 25,14 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 12,28 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 12,86 |
| COSTO TOTAL HAB.CUADRUPLES | | | | \$ 25,14 |

| HOJA DE COSTOS | | | | |
|-----------------------------------|-----------------------|----------|----------|----------|
| SECCIÓN | HOSPEDAJE | | | |
| O/P: | HABITACIÓN QUINTUPLES | | | |
| FECHA | M y S | MO | OCI | TOTAL |
| 31/08/2016 | | \$ 13,25 | \$ 13,88 | \$ 27,13 |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |
| ELEMENTOS DEL COSTO | | | | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS | | | | \$ 0,00 |
| PERSONAL DE SERVICIO | | | | \$ 13,25 |
| OTROS COSTOS INDIRECTOS | | | | \$ 13,88 |
| COSTO TOTAL HAB.CUADRUPLES | | | | \$ 27,13 |

Tabla N° 41: Hoja de Costos Real (Suite Triple, Suite Cuádruple, Suite Quintuple)
Elaborado por: Edgar Hidalgo

CUADRO DE COSTOS Y PRECIOS DE VENTA "HOTEL MONIKS"

| | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 9 | 9 | 8 | 8 | 8 |
|--|----------|----------|----------|------------|----------|----------|----------|----------|----------|------------|------------|
| | SIMPLE | DOBLE | TRIPLE | CUADRUPLES | SIMPLE | DOBLE | SIMPLE | DOBLE | TRIPLE | CUADRUPLES | QUINTUPLES |
| Materiales y Suministros | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Personal de Servicios | \$ 9,95 | \$ 9,95 | \$ 9,95 | \$ 9,95 | \$ 9,95 | \$ 9,95 | \$ 9,95 | \$ 9,95 | \$ 9,95 | \$ 9,95 | \$ 9,95 |
| Otros Costos de Servicio | \$ 10,42 | \$ 10,42 | \$ 10,42 | \$ 10,42 | \$ 10,42 | \$ 10,42 | \$ 10,42 | \$ 10,42 | \$ 10,42 | \$ 10,42 | \$ 10,42 |
| Total Costos | \$ 20,37 | \$ 20,37 | \$ 20,37 | \$ 20,37 | \$ 20,37 | \$ 20,37 | \$ 20,37 | \$ 20,37 | \$ 20,37 | \$ 20,37 | \$ 20,37 |
| Margen de Utilidad 40 % | \$ 8,15 | \$ 8,15 | \$ 8,15 | \$ 8,15 | \$ 8,15 | \$ 8,15 | \$ 8,15 | \$ 8,15 | \$ 8,15 | \$ 8,15 | \$ 8,15 |
| Precio de Venta + Margen Utilidad | \$ 28,52 | \$ 28,52 | \$ 28,52 | \$ 28,52 | \$ 28,52 | \$ 28,52 | \$ 28,52 | \$ 28,52 | \$ 28,52 | \$ 28,52 | \$ 28,52 |

Tabla N° 42: Cuadro de costos y precios de venta "Hotel Moniks"

Fuente: Hotel Moniks

CUADRO DE VENTAS "HOTEL MONIKS"

| HOSPEDAJE | SIMPLE | DOBLE | TRIPLE | CUADRUPLES | SIMPLE | DOBLE | SIMPLE | DOBLE | TRIPLE | CUADRUPLES | QUINTUPLES | TOTAL |
|-----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------------|
| HABITACIONES | 98 | 95 | 112 | 58 | 101 | 89 | 198 | 235 | 203 | 220 | 232 | 1641 |
| VENTAS | \$ 2.794,71 | \$ 2.709,16 | \$ 3.193,96 | \$ 1.654,01 | \$ 2.880,27 | \$ 2.538,06 | \$ 5.646,46 | \$ 6.701,61 | \$ 5.789,05 | \$ 6.273,85 | \$ 6.616,06 | \$ 46.797,20 |
| COSTO VENTAS | \$ 1.996,22 | \$ 1.935,12 | \$ 2.281,40 | \$ 1.181,44 | \$ 2.057,33 | \$ 1.812,90 | \$ 4.033,19 | \$ 4.786,86 | \$ 4.135,04 | \$ 4.481,32 | \$ 4.725,76 | \$ 33.426,57 |
| UTILIDAD BRUTA | \$ 798,49 | \$ 774,05 | \$ 912,56 | \$ 472,58 | \$ 822,93 | \$ 725,16 | \$ 1.613,28 | \$ 1.914,75 | \$ 1.654,01 | \$ 1.792,53 | \$ 1.890,30 | \$ 13.370,63 |

Tabla N° 43: Cuadro de ventas "Hotel Moniks"

Fuente: Hotel Moniks

CUADRO DE COSTOS Y PRECIOS DE VENTA "REAL"

| | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 9 | 9 | 8 | 8 | 8 |
|--|----------|----------|----------|------------|----------|----------|----------|----------|----------|------------|------------|
| | SIMPLE | DOBLE | TRIPLE | CUADRUPLES | SIMPLE | DOBLE | SIMPLE | DOBLE | TRIPLE | CUADRUPLES | QUINTUPLES |
| Materiales y Suministros | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Personal de Servicios | \$ 7,04 | \$ 9,37 | \$ 10,76 | \$ 13,72 | \$ 7,06 | \$ 9,34 | \$ 7,02 | \$ 9,14 | \$ 10,46 | \$ 12,28 | \$ 13,25 |
| Otros Costos de Servicio | \$ 7,38 | \$ 9,81 | \$ 11,27 | \$ 14,37 | \$ 7,39 | \$ 9,78 | \$ 7,35 | \$ 9,58 | \$ 10,95 | \$ 12,86 | \$ 13,88 |
| Total Costos | \$ 14,42 | \$ 19,19 | \$ 22,03 | \$ 28,10 | \$ 14,45 | \$ 19,12 | \$ 14,37 | \$ 18,72 | \$ 21,41 | \$ 25,14 | \$ 27,13 |
| Margen de Utilidad 40 % | \$ 5,77 | \$ 7,67 | \$ 8,81 | \$ 11,24 | \$ 5,78 | \$ 7,65 | \$ 5,75 | \$ 7,49 | \$ 8,57 | \$ 10,06 | \$ 10,85 |
| Precio de Venta + Margen Utilidad | \$ 20,19 | \$ 26,86 | \$ 30,84 | \$ 39,34 | \$ 20,23 | \$ 26,76 | \$ 20,12 | \$ 26,21 | \$ 29,98 | \$ 35,20 | \$ 37,99 |

Tabla N° 44: Cuadro de costos y precios de venta "Real"

Elaborado por: Edgar Hidalgo

CUADRO DE VENTAS "REAL"

| HOSPEDAJE | SIMPLE | DOBLE | TRIPLE | CUADRUPLE | SIMPLE | DOBLE | SIMPLE | DOBLE | TRIPLE | CUADRUPLE | QUINTUPL | TOTAL |
|-----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| HABITACIONES | 98 | 95 | 112 | 58 | 101 | 89 | 198 | 235 | 203 | 220 | 232 | 1641 |
| VENTAS | \$ 1.978,18 | \$ 2.551,65 | \$ 3.453,71 | \$ 2.281,48 | \$ 2.042,86 | \$ 2.382,01 | \$ 3.983,24 | \$ 6.158,35 | \$ 6.085,65 | \$ 7.742,95 | \$ 8.813,08 | \$ 47.473,16 |
| COSTO VENTAS | \$ 1.412,98 | \$ 1.822,61 | \$ 2.466,93 | \$ 1.629,63 | \$ 1.459,19 | \$ 1.701,44 | \$ 2.845,17 | \$ 4.398,82 | \$ 4.346,90 | \$ 5.530,68 | \$ 6.295,06 | \$ 33.909,40 |
| UTILIDAD BRUTA | \$ 565,19 | \$ 729,04 | \$ 986,77 | \$ 651,85 | \$ 583,67 | \$ 680,57 | \$ 1.138,07 | \$ 1.759,53 | \$ 1.738,76 | \$ 2.212,27 | \$ 2.518,02 | \$ 13.563,76 |

Tabla N° 45: Cuadro de Ventas "Real"

Elaborado por: Edgar Hidalgo

Total Costos Fijos \$ 176.990,71 \$ 130,50 Semestral \$ 21,75 Mensual \$ 0,73
Total Metros Cuadrados 1356,21

DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS UNITARIOS "HOTEL MONIKS"

| HABITACION | METROS CUADRADOS | NUM. HABITACIONES | TOTAL M2 | COSTO MOD X DIA | COSTO TOTAL DIARIO | COSTO UNITARIO X HABITACION | HAB, MENSUAL | COSTO TOTAL |
|-----------------|------------------|-------------------|----------------|-----------------|--------------------|-----------------------------|--------------|---------------------|
| SIMPLE | 14,82 | 4 | 59,28 | \$ 0,73 | \$ 42,98 | \$ 10,74 | 120 | \$ 1.289,38 |
| DOBLE | 19,72 | 5 | 98,60 | \$ 0,73 | \$ 71,49 | \$ 14,30 | 150 | \$ 2.144,61 |
| TRIPLE | 22,64 | 4 | 90,56 | \$ 0,73 | \$ 65,66 | \$ 16,41 | 120 | \$ 1.969,74 |
| CUADRUPLE | 28,88 | 2 | 57,76 | \$ 0,73 | \$ 41,88 | \$ 20,94 | 60 | \$ 1.256,32 |
| PLAZA SIMPLE | 14,85 | 4 | 59,40 | \$ 0,73 | \$ 43,07 | \$ 10,77 | 120 | \$ 1.291,99 |
| PLAZA DOBLE | 19,65 | 4 | 78,60 | \$ 0,73 | \$ 56,99 | \$ 14,25 | 120 | \$ 1.709,60 |
| SUITE SIMPLE | 14,77 | 9 | 132,93 | \$ 0,73 | \$ 96,38 | \$ 10,71 | 270 | \$ 2.891,31 |
| SUITE DOBLE | 19,24 | 9 | 173,16 | \$ 0,73 | \$ 125,54 | \$ 13,95 | 270 | \$ 3.766,34 |
| SUITE TRIPLE | 22,01 | 8 | 176,08 | \$ 0,73 | \$ 127,66 | \$ 15,96 | 240 | \$ 3.829,85 |
| SUITE CUADRUPLE | 25,84 | 8 | 206,72 | \$ 0,73 | \$ 149,88 | \$ 18,73 | 240 | \$ 4.496,29 |
| SUITE QUINTUPLE | 27,89 | 8 | 223,12 | \$ 0,73 | \$ 161,77 | \$ 20,22 | 240 | \$ 4.853,01 |
| | | 65 | 1356,21 | | \$ 983,28 | | | \$ 29.498,45 |

Tabla N° 46: Determinación de los costos fijos unitarios "Hotel Moniks"

Fuente: Hotel Moniks

Total Costos Variables \$ 60.508,72 \$ 44,62 Semestral \$ 7,44 Mensual \$ 0,25
Total Metros Cuadrados 1356,21

DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS VARIABLES UNITARIOS "HOTEL SANGAY"

| HABITACION | METROS CUADRADOS | NUM. HABITACIONES | TOTAL M2 | COSTO MOD X DIA | COSTO TOTAL DIARIO | COSTO UNITARIO X HABITACION | HAB, MENSUAL | COSTO TOTAL |
|-----------------|------------------|-------------------|----------------|-----------------|--------------------|-----------------------------|--------------|------------------|
| SIMPLE | 14,82 | 4 | 59,28 | \$ 0,25 | \$ 14,69 | \$ 3,67 | 120 | \$ 440,81 |
| DOBLE | 19,72 | 5 | 98,60 | \$ 0,25 | \$ 24,44 | \$ 4,89 | 150 | \$ 733,19 |
| TRIPLE | 22,64 | 4 | 90,56 | \$ 0,25 | \$ 22,45 | \$ 5,61 | 120 | \$ 673,40 |
| CUADRUPLE | 28,88 | 2 | 57,76 | \$ 0,25 | \$ 14,32 | \$ 7,16 | 60 | \$ 429,50 |
| PLAZA SIMPLE | 14,85 | 4 | 59,40 | \$ 0,25 | \$ 14,72 | \$ 3,68 | 120 | \$ 441,70 |
| PLAZA DOBLE | 19,65 | 4 | 78,60 | \$ 0,25 | \$ 19,48 | \$ 4,87 | 120 | \$ 584,47 |
| SUITE SIMPLE | 14,77 | 9 | 132,93 | \$ 0,25 | \$ 32,95 | \$ 3,66 | 270 | \$ 988,47 |
| SUITE DOBLE | 19,24 | 9 | 173,16 | \$ 0,25 | \$ 42,92 | \$ 4,77 | 270 | \$ 1.287,62 |
| SUITE TRIPLE | 22,01 | 8 | 176,08 | \$ 0,25 | \$ 43,64 | \$ 5,46 | 240 | \$ 1.309,33 |
| SUITE CUADRUPLE | 25,84 | 8 | 206,72 | \$ 0,25 | \$ 51,24 | \$ 6,40 | 240 | \$ 1.537,17 |
| SUITE QUINTUPLE | 27,89 | 8 | 223,12 | \$ 0,25 | \$ 55,30 | \$ 6,91 | 240 | \$ 1.659,12 |
| | | 65 | 1356,21 | | \$ 336,16 | | | 10.084,79 |

Tabla N° 47: Determinación de los Costos variables unitarios "Hotel Sangay"

Fuente: Hotel Moniks

| | | | | | | |
|---------------------------|---------------|-----------|-----------|----------|---------|---------|
| <u>Total Costos Fijos</u> | \$ 176.990,71 | | | | | |
| Total Metros Cuadrados | 1356,21 | \$ 130,50 | Semestral | \$ 21,75 | Mensual | \$ 0,73 |

DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS UNITARIOS "REAL"

| HABITACION | METROS CUADRADOS | NUM. HABITACIONES | TOTAL M2 | COSTO MOD X DIA | COSTO TOTAL DIARIO | COSTO UNITARIO X HABITACION | NUM. HAB. MENSUAL | TOTAL |
|-----------------|------------------|-------------------|----------|-----------------|--------------------|-----------------------------|-------------------|--------------|
| SIMPLE | 14,82 | 4 | 59,28 | \$ 0,73 | \$ 42,98 | \$ 10,74 | 120 | \$ 1.289,38 |
| DOBLE | 19,72 | 5 | 98,60 | \$ 0,73 | \$ 71,49 | \$ 14,30 | 150 | \$ 2.144,61 |
| TRIPLE | 22,64 | 4 | 90,56 | \$ 0,73 | \$ 65,66 | \$ 16,41 | 120 | \$ 1.969,74 |
| CUADRUPLE | 28,88 | 2 | 57,76 | \$ 0,73 | \$ 41,88 | \$ 20,94 | 60 | \$ 1.256,32 |
| PLAZA SIMPLE | 14,85 | 4 | 59,40 | \$ 0,73 | \$ 43,07 | \$ 10,77 | 120 | \$ 1.291,99 |
| PLAZADOBLE | 19,65 | 4 | 78,60 | \$ 0,73 | \$ 56,99 | \$ 14,25 | 120 | \$ 1.709,60 |
| SUITE SIMPLE | 14,77 | 9 | 132,93 | \$ 0,73 | \$ 96,38 | \$ 10,71 | 270 | \$ 2.891,31 |
| SUITE DOBLE | 19,24 | 9 | 173,16 | \$ 0,73 | \$ 125,54 | \$ 13,95 | 270 | \$ 3.766,34 |
| SUITE TRIPLE | 22,01 | 8 | 176,08 | \$ 0,73 | \$ 127,66 | \$ 15,96 | 240 | \$ 3.829,85 |
| SUITE CUADRUPLE | 25,84 | 8 | 206,72 | \$ 0,73 | \$ 149,88 | \$ 18,73 | 240 | \$ 4.496,29 |
| SUITE QUINTUPLE | 27,89 | 8 | 223,12 | \$ 0,73 | \$ 161,77 | \$ 20,22 | 240 | \$ 4.853,01 |
| | | 65 | 1356,21 | | \$ 983,28 | | 1950 | \$ 29.498,45 |

Tabla N° 48: Determinación de los costos fijos unitarios "Real"

Elaborado por: Edgar Hidalgo

DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS VARIABLES UNITARIOS "REAL"

| | | | | | | |
|-------------------------------|--------------|----------|-----------|---------|---------|---------|
| <u>Total Costos Variables</u> | \$ 60.508,72 | | | | | |
| Total Metros Cuadrados | 1356,21 | \$ 44,62 | Semestral | \$ 7,44 | Mensual | \$ 0,25 |

| HABITACION | METROS CUADRADOS | NUM. HABITACIONES | TOTAL M2 | COSTO MOD X DIA | COSTO TOTAL DIARIO | COSTO UNITARIO X HABITACION | NUM. HAB. MENSUAL | TOTAL |
|-----------------|------------------|-------------------|----------|-----------------|--------------------|-----------------------------|-------------------|--------------|
| SIMPLE | 14,82 | 4 | 59,28 | \$ 0,25 | \$ 14,69 | \$ 3,67 | 120 | \$ 440,81 |
| DOBLE | 19,72 | 5 | 98,60 | \$ 0,25 | \$ 24,44 | \$ 4,89 | 150 | \$ 733,19 |
| TRIPLE | 22,64 | 4 | 90,56 | \$ 0,25 | \$ 22,45 | \$ 5,61 | 120 | \$ 673,40 |
| CUADRUPLE | 28,88 | 2 | 57,76 | \$ 0,25 | \$ 14,32 | \$ 7,16 | 60 | \$ 429,50 |
| PLAZA SIMPLE | 14,85 | 4 | 59,40 | \$ 0,25 | \$ 14,72 | \$ 3,68 | 120 | \$ 441,70 |
| PLAZADOBLE | 19,65 | 4 | 78,60 | \$ 0,25 | \$ 19,48 | \$ 4,87 | 120 | \$ 584,47 |
| SUITE SIMPLE | 14,77 | 9 | 132,93 | \$ 0,25 | \$ 32,95 | \$ 3,66 | 270 | \$ 988,47 |
| SUITE DOBLE | 19,24 | 9 | 173,16 | \$ 0,25 | \$ 42,92 | \$ 4,77 | 270 | \$ 1.287,62 |
| SUITE TRIPLE | 22,01 | 8 | 176,08 | \$ 0,25 | \$ 43,64 | \$ 5,46 | 240 | \$ 1.309,33 |
| SUITE CUADRUPLE | 25,84 | 8 | 206,72 | \$ 0,25 | \$ 51,24 | \$ 6,40 | 240 | \$ 1.537,17 |
| SUITE QUINTUPLE | 27,89 | 8 | 223,12 | \$ 0,25 | \$ 55,30 | \$ 6,91 | 240 | \$ 1.659,12 |
| | | 65 | 1356,21 | | \$ 336,16 | | | \$ 10.084,79 |

Tabla N° 49: Determinación de los costos variables unitarios "Real"

Elaborado por: Edgar Hidalgo

| VENTAS DEL MES "HOTEL MONIKS" | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| HOSPEDAJE | SIMPLE | DOBLE | TRIPLE | CUADR. | SIMPLE | DOBLE | SIMPLE | DOBLE | TRIPLE | CUADR. | QUINT. | TOTAL |
| HABIT. | 98 | 95 | 112 | 58 | 101 | 89 | 198 | 235 | 203 | 220 | 232 | 1641 |
| VENTAS | \$ 2.794,71 | \$ 2.709,16 | \$ 3.193,96 | \$ 1.654,01 | \$ 2.880,27 | \$ 2.538,06 | \$ 5.646,46 | \$ 6.701,61 | \$ 5.789,05 | \$ 6.273,85 | \$ 6.616,06 | \$ 46.797,20 |
| COSTOS FIJOS | \$ 1.052,99 | \$ 1.358,26 | \$ 1.838,42 | \$ 1.214,44 | \$ 1.087,42 | \$ 1.267,95 | \$ 2.120,30 | \$ 3.278,11 | \$ 3.239,42 | \$ 4.121,60 | \$ 4.691,24 | \$ 25.270,16 |
| COSTOS VARIABLES | \$ 359,99 | \$ 464,35 | \$ 628,51 | \$ 415,19 | \$ 371,76 | \$ 433,48 | \$ 724,88 | \$ 1.120,71 | \$ 1.107,48 | \$ 1.409,07 | \$ 1.603,82 | \$ 8.639,24 |
| UTILIDAD BRUTA | | | | | | | | | | | | \$ 12.887,80 |

\$ 33.909,40

Tabla N° 50: Ventas del mes "Hotel Moniks"

Fuente: Hotel Moniks

| VENTAS DEL MES "REAL" | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| HOSPEDAJE | SIMPLE | DOBLE | TRIPLE | CUADR. | SIMPLE | DOBLE | SIMPLE | DOBLE | TRIPLE | CUADR. | QUIN. | TOTAL |
| HABIT. | 98 | 95 | 112 | 58 | 101 | 89 | 198 | 235 | 203 | 220 | 232 | 1641 |
| VENTAS | \$ 1.978,18 | \$ 2.551,65 | \$ 3.453,71 | \$ 2.281,48 | \$ 2.042,86 | \$ 2.382,01 | \$ 3.983,24 | \$ 6.158,35 | \$ 6.085,65 | \$ 7.742,95 | \$ 8.813,08 | \$ 47.473,16 |
| COSTO FIJOS | \$ 1.052,99 | \$ 1.358,26 | \$ 1.838,42 | \$ 1.214,44 | \$ 1.087,42 | \$ 1.267,95 | \$ 2.120,30 | \$ 3.278,11 | \$ 3.239,42 | \$ 4.121,60 | \$ 4.691,24 | \$ 25.270,16 |
| COSTOS VARIABLES | \$ 359,99 | \$ 464,35 | \$ 628,51 | \$ 415,19 | \$ 371,76 | \$ 433,48 | \$ 724,88 | \$ 1.120,71 | \$ 1.107,48 | \$ 1.409,07 | \$ 1.603,82 | \$ 8.639,24 |
| UTILIDAD BRUTA | \$ 565,19 | \$ 729,04 | \$ 986,77 | \$ 651,85 | \$ 583,67 | \$ 680,57 | \$ 1.138,07 | \$ 1.759,53 | \$ 1.738,76 | \$ 2.212,27 | \$ 2.518,02 | \$ 13.563,76 |

\$ 33.909,40

Tabla N° 51: Ventas del mes "Real"

Fuente: Hotel Moniks

4.2. Limitaciones de Estudio

Durante la realización del proyecto en cuanto a la obtención de información, no se tuvo ningún inconveniente, gracias a la autorización y colaboración por parte de los encuestados, en este caso el personal encargado de la administración del sector hotelero de la ciudad de Baños.

4.3. Conclusiones

De acuerdo a los objetivos y la encuesta; planteados a lo largo de la investigación, con base en la información resultado del estudio, se puede concluir que:

Los hoteles de la ciudad de Baños actualmente determinan los costos del servicio de hospedaje de una manera inadecuada, razón por la cual no se asigna correctamente todos los costos que se incurre en el proceso de la prestación del servicio de hospedaje y por ende afecta de manera directa a la fijación de los precios de venta, además de no reflejar las utilidades reales de las empresas.

El sector hotelero de la ciudad de Baños fija sus precios basados en los costos, los cuales son establecidos de manera inadecuada, es decir qué; al momento de determinar los costos del personal de servicios incurridos en cada habitación, se considera que el costo de una habitación de menor tamaño (Simple) es similar al de una habitación de mayor tamaño (Suite Quintuple), generando esto un costo incorrecto por cada habitación y por ende la fijación del precio de venta es irreal lo cual conlleva a que el gerente- propietario no tome las decisiones apropiadas, impidiendo el desarrollo progresivo de cada empresa.

En el sector hotelero de la ciudad de Baños se constató que la base de determinación de los otros costos indirectos de fabricación es similar a la del personal de servicio, puesto que de igual manera se considera que el costo de una habitación de menor tamaño (Simple) es similar al de una habitación de mayor tamaño (Suite Quintuple), este detalle provoca que el costo unitario actual que mantiene las empresas sea erróneo.

En la investigación efectuada se determinó que los hoteles de la ciudad de Baños no utilizan una documentación adecuada y técnica para el registro y el control de los elementos del costo, provocando que no exista un apropiado control de los materiales generando pérdidas monetarias para las empresas, situación que hace que las empresas no tengan claro cuáles son sus verdaderos costos.

El porcentaje de utilidad que se da al servicio para su venta no es el apropiado, puesto que se fundamenta en una incorrecta determinación de costos, lo cual repercute significativamente en el precio de venta marcado por las empresas desfavoreciendo a las mismas en la obtención de sus utilidades.

Tomando en consideración los resultados proporcionados por las encuestas del personal de administración de los hoteles de la ciudad de Baños, se toma en consideración los precios de la competencia para establecer el precio; el plus que añaden los hoteles es la calidad y la exclusividad al servicio de hospedaje para generar un aumento significativo en la venta del servicio, con relación a las demás empresas competidoras.

4.4. Recomendaciones

Optar por la aplicación de un sistema de costos, el cual considere todos los costos incurridos en la prestación del servicio de hospedaje que permita obtener valores exactos, que den como resultado una determinación real del costo total y unitario.

Elegir por una base de asignación de los costos del personal de servicio en donde se considere el tamaño de cada habitación para determinar un costo unitario real, el cual servirá como base para establecer el precio de venta, mediante la aplicación del método de fijación de precios basados en el costo total más margen que dará como resultado costos y precios de ventas verídicos.

Optar por una base de asignación para los otros costos de fabricación en donde de igual manera se tome en consideración el tamaño de cada habitación para establecer un costo unitario real y verídico, el cual contribuya como base para establecer el precio de venta para cada habitación que cubra todos los costos incurridos en la prestación del servicio de hospedaje.

Determinar un margen de utilidad justo para asignar al costo del servicio, el cual debe cubrir los costos totales generados, los gastos incurridos en la comercialización del servicio y además obtener un porcentaje de ganancia adecuado; de esta manera se podrá fijar acertadamente un precio de venta al público y generar las ganancias esperadas en la empresa.

Referencias bibliográficas

- AHOTEC. (2016). Asociación Hotelera del Ecuador. Obtenido de Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento : <http://www.hotelesecuador.com/downloads/Permisos%20y%20obligaciones.pdf>
- Altamirano, G., & Arevalo, V. (2012). Propuesta de un diseño de un sistema de contabilidad de costos aplicado al Hostal la Casona. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2926/6/UPS-CT002479.pdf>
- Altés, C. (2006). En C. ALTES, El turismo en América Latina y el Caribe. WASHINGTON: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Alzate, J. (2014). Generalidades de los Costos. Recuperado el Octubre de 2016, de Generalidades de los Costos Hoteleros: <http://jomar.webnode.com.co/news/generalidades-de-los-costos/>
- Arroyo, W. (2015). Contabilidad de Costos, Como determinar el costo de mis productos. Buenos Aires.
- Banco Central del Ecuador. (2016). Boletín Mensual 2015-2016. Recuperado el Septiembre de 2016, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/boletin-mensual/95>
- BAÑOS . (2016). Baños. Obtenido de Recuperado de su página oficial <http://www.banios.com/>
- Baños. (Octubre de 2016). Sitio Oficial de Turismo Baños. Obtenido de Hoteles y Hostales de Baños de Agua Santa: <http://www.banios.com/banosecuador/hostalesbanos.html>
- Baños de Agua Santa. (25 de Marzo de 2016). Baños de Agua Santa. Recuperado el 12 de Marzo de 2016, de www.banios.com
- Bernal C.A. (2010). Metodología de la Investigación. Bogotá: Pearson.
- Bernal, C. (2006). Metodología de la Investigación para la Administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Mexico: Pearson Educación.
- Bernal, C. (2006). Metodología de la Investigación. México: Person Educación.

Berrio, G., & Castellón, C. (2008). Costos para gerenciar organizaciones manufactureras comerciales y de servicios. Barranquilla: Ediciones Uninorte.

Blasco, & Pérez. (2007). Enfoque Cuantitativo. Obtenido de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html

Bravo, M; Ubidia, T. (2009). Contabilidad de Costos. Quito: Editora Nuevodía.

Carranza A. (27 de Abril de 2011). Elementos del Costo y Clasificación. Obtenido de <http://es.slideshare.net/albertojeca/elementos-del-costoy-clasificacion>

Carrillo , M. (9 de Enero de 2013). Gastos de Administración. Obtenido de <https://prezi.com/1wbpzhohc7qq/gastos-de-administracion/>

Casavi E. (2 de Octubre de 2015). Academia. Obtenido de Fijación de precio: http://www.academia.edu/4247758/METODO_DE_FIJACION_DE_PRECIOS

Cashin, M. (2012). Fundamentos y Técnicas de Contabilidad de Costos. Uruguay: Mc Graw Hill.

Chambi, G. (2012). Contabilidad y Finanzas ; Costos Predeterminados.

Chang, L. (2004). La importancia de la Contabilidad de Costos. México DF: Mc. Graw Hill.

CODESO. (Octubre de 2016). CODESO. Obtenido de <http://www.codeso.com/TurismoTungurahua.html>

CODESO. (2016). Turismo en Tungurahua. Recuperado el 25 de Abril de 2016, de Corporación para el Desarrollo Sostenible: www.codeso.com/turismotungurahua.html

Colin, J.C. (2008). Contabilidad de costos. México D.F: Litográfica Ingramex.

D'Angelo. (2015). Población y Muestra. Obtenido de <http://www.smo.edu.mx/colegiados/apoyos/muestreo.pdf>

Foster, G. (2015). Contabilidad de Costos, Un Enfoque Gerencial. Recuperado el 08 de Mayo de 2016, de <http://books.google.com>

GADBAS. (2016). Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Baños de Agua Santa. Recuperado el 05 de Abril de 2016, de www.municipiobaños.gob.ec

Garcés, P. H. (2000). Investigación Científica. Quito: Abya - Yala.

García, A. (2015). Interpretación de los datos, Una introducción a la estadística aplicada. Recuperado el 05 de Mayo de 2016, de <http://books.google.com.ec/isbn>.

Garcia, G., & Morocho, P. (2010). Aplicación de costos a los servicios hoteleros caso practico Hotel Boutique Mansion Alcazar. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1422/1/tcon451.pdf>

Gobierno Provincial de Tungurahua. (2016). Gobierno Provincial de Tungurahua. Recuperado el 25 de Abril de 2016, de www.tungurahua.gob.ec

Gomez, S. (s.f.). Mercadotecnia Avanzada. Baja California, California, Estados Unidos:: Universidad Autónoma de Baja California.

Gonzales, I. (2010). Los costos, conceptos y clasificación. Barcelona: El Cid.

Gonzalez, E. (23 de Abril de 2013). Administracion y contabilidad. Obtenido de <https://prezi.com/x8cbj2bj3kg1/materia-prima-directa/>

Guacollante , E. (7 de Octubre de 2014). Mano de Obra Directa e Indirecta. Obtenido de <https://prezi.com/rzskyi43htze/mano-de-obra-directa-e-indirecta/>

Guzman, J; Morocho, F. (2009). “Implementación de costos de los servicios de hospedaje y alimentación en el hotel Tomebamba”. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1457/1/tcon488.pdf>

Henca, P. (2010). Como se determina el precio de un producto. Recuperado el 18 de Abril de 2016, de <http://negociosyemprendimientos.com>

Hernandez G. (5 de Diciembre de 2011). Investigacion de campo:. Obtenido de Investigacion de campo: <http://es.slideshare.net/combertidor/investigacion-de-campo>

Hernandez, A. (2010). Contabilidad de Costos. Mexico: Instituto Politécnico Nacional, Facultad de Ciencias Sociales y Administrativas.

Herrera, L., & Medina, A. (2004). Tipos de Investigacion en Ciencias SocialesS: Población y Muestra. AMBATO: Gráficas Corona.

Horngren, T. (2010). Contabilidad de costos. Obtenido de Sistemas de costos por órdenes de trabajo y por procesos: <http://www.gestiopolis.com/contabilidad-costos-sistemas-costos-ordenes-trabajo-procesos/>

HOSPEDAJE. (2016). CLUB DE ENSAYOS. Recuperado el SEPTIEMBRE de 2016, de (2011, 08). HOSPEDAJES. ClubEnsa <https://www.clubensayos.com/Español/HOSPEDAJES/47467.html>

Jeronimo, B. (2006). Costos Históricos. Mexico: Editorial ECASA.

Kaplan, R., & Cooper, R. (2000). Coste & Efecto. España.

Ley de Turismo. (2008). Ministerio de Turismo; Capitulo II. Recuperado el 08 de Septiembre de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

Liehr, S; V, Benigno. (1 de de Abri de 2013). Fijación de precio basados en el valor. Obtenido de <http://fijacionvalor.blogspot.com/2013/04/fijacion-de-precios-en-base-al-valor.html>

Lopez P. (s.f.). S/D de S/M de S/A. Obtenido de Libros, Bibliotecas, Bibliotecarios: <http://www.oocities.org/zaguan2000/metodo.html>

Martinez. (2014). Tipos de Contabilidad. Recuperado el 15 de Marzo de 2016, de http://es.wikipedia.org/wiki/tipos_de_contabilidad

Martinez, L. (2015). Hoteleria. Mexico.

Medina, A. (2007). Sistema de costos un proceso para su implementación.

Mendez, R., & Sandoval, F. (2006). Investigación Fundamentos y metodología Alma. Mexico: Pearson .

MINISTERIO DE TURISMO. (09 de Enero de 2008). Reglamento General a la Ley de Turismo. Obtenido de CAPITULO I: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>

MINTUR. (2014). Principales indicadores de Turismo. BOLETIN, MINTUR, QUITO.

MINTUR. (2016). Turismo en cifras. QUITO.

Namakforoosh, & Mohammad, N. (2005). Metodoligia de la Investigación (Segunda edición). Mexico: Limusa S.A.

Navarro, R. (2014). Fundamentos de la Estadística. Recuperado el 03 de Mayo de 2016, de <http://books.google.com.ec>

Nunes , P. (26 de Agosto de 2012). Ciencias Económicas y Comerciales. Obtenido de Contabilidad: <http://www.old.knoow.net/es/cieeconcom/contabilidad/gastos.htm>

Núñez , E. (18 de Julio de 2016). FundaPymes. Obtenido de Diferencia entre Gasto Administrativo y Gasto Financiero: <http://www.fundapymes.com/cual-es-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/>

Paredes , E. (4 de Abril de 2014). Costos indirectos de fabricación cif. Obtenido de <http://es.slideshare.net/JoselynSolis/material-costos-indirectos-de-fabricacin-cif>

Pérez, J ; Merino, M;. (2009). Definicion de:. Obtenido de Definición de precio: <http://definicion.de/precio/>

Pérez, J. (17 de Dic de 2012). Definicion de Mano de Obra. Obtenido de <http://definicion.de/mano-de-obra/>

Quezada , J; Robles, A. (2011). Sistema de Costos por Órdenes de Producción. Obtenido de <https://todoingenieriaindustrial.wordpress.com/variocostos/sistema-de-costos/>

Quijamo, A. (2010). Libro práctico de Contabilidad de Costos. Bucaramanga: Universidad de Investigación y Desarrollo. Facultad de Administración de Empresas.

Ramírez, P. (2013). Contabilidad Administrativa: Un enfoque estratégico para compartir. China: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Reaño, J. (31 de Julio de 2014). Costos y determinacion de precios. Obtenido de <http://es.slideshare.net/ELJHONNY74/costos-y-determinacion-de-precios>

Rodriguez, C. (2015). Contabilidad de Dirección para la Toma de Decisiones. Quito.

Romero, L. (2010). Principios de contabilidad. Cuarta edición.

Sabino, C. (2002). El Proceso de la Investigación. Caracas: Panamericana.

Sanchez, S. (2010). Incidencia de los Sistemas de Control de Costos en la Toma de Desiciones. Ambato.

Tamayo y Tamayo, M. (2002). El proceso de la investigación científica. México: Editorial Limusa.

Torres, A. (2010). Contabilidad de Costos Análisis para la toma de decisones. Mexico: Mc Graw Hill Interamericana.

Tovilla, H. (2012). Aplicación de la teoría de Costos de calidad en el área de de alimentos. Xalapa: Universidad de las Américas.

Uribe, L. (12 de Abril de 2015). Políticas de descuento y bonificaciones. Obtenido de <http://es.slideshare.net/lguribegz/unidad-54-55-y-56>

Uribe,M. (2011). Costos para la toma de decisiones. Bogotá: Impreso por Legis S.A.

Vargas, F. (2014). La gestión financiera y la rentabilidadde la Hosteria El Imperio Rea Resort Spa del Cantón Salcedo. Ambato, Tungurahua.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA



ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL DEL ÁREA ADMINISTRATIVA DE LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE BAÑOS

Objetivo: Levantar información para establecer la determinación de los costos y su incidencia en la fijación de los precios en el servicio de Hospedaje.

Instrucciones: Sírvase leer detenidamente el contenido de este cuestionario y responda las preguntas con sinceridad y mucha coherencia para que los resultados obtenidos sean reales.

DATOS GENERALES:

CARGO QUE DESEMPEÑA:

LUGAR:.....

FECHA DE ENCUESTA:.....

CUESTIONARIO

1.¿Conoce usted cuál es la clasificación de los costos de Hospedaje?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | | |
| NO | | |

2.¿Tiene usted conocimiento como se determinan los costos del servicio de hospedaje en su hotel?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | | |
| NO | | |

3.¿Utiliza alguna técnica o sistema para determinar los costos de hospedaje en el hotel?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | | |
| NO | | |

4.¿Cuál es la técnica o sistema que utiliza para determinar los costos del servicio de hospedaje en el hotel?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------|------------|------------|
| SISTEMA DE COSTOS | | |
| EMPIRICAMENTE | | |

5.¿Con cuál de los siguientes términos relacionados con el tipo de materiales y suministros que se utilizan en la prestación del servicio de hospedaje está usted familiarizado?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------------------|------------|------------|
| Materiales y Suministros Directos | | |
| Materiales y Suministros Indirectos | | |
| Materiales y Suministros | | |

6.¿La calidad de los materiales y suministros que se emplea en la prestación del servicio de hospedaje son?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Excelente | | |
| Bueno | | |
| Regular | | |

7.¿Existe desperdicio de los materiales y suministros en la prestación del servicio de hospedaje?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | | |
| NO | | |

8.¿En base a cuál de los siguientes parámetros se determina el costo del personal del servicio de hospedaje en el Hotel?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------|------------|------------|
| Por Metros Cuadrados | | |
| Por Minutos Trabajados | | |

9.¿Cuál de las siguientes opciones considera usted como otros costos de servicios que se utiliza en la prestación del servicio de hospedaje?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--|------------|------------|
| Servicios Básicos, Depreciaciones y Publicidad | | |
| Suministros y Materiales | | |
| Ninguno de las Anteriores | | |

10.¿Se utiliza en su hotel alguna base de asignación para determinar los otros costos del servicio de hospedaje?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | | |
| NO | | |
| DESCONOCE | | |

11.¿Considera usted que la técnica o sistema utilizado actualmente para determinar los costos de hospedaje es la adecuada?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | | |
| NO | | |

12.¿Se considera a los clientes con un factor importante para establecer el precio del servicio de hospedaje?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | | |
| NO | | |

13.¿En la fijación de precios del servicio de hospedaje se considera los precios ofertados por las empresas competidoras?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | | |
| NO | | |

14.¿Considera usted que el porcentaje de utilidad que se aplica al servicio de hospedaje ofertado es el apropiado?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | | |
| NO | | |

15.¿Se aplica políticas basadas en precios para generar más ventas del servicio de hospedaje?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | | |
| NO | | |

16.¿La fijación de los precios del servicio de hospedaje en su hotel se determina de acuerdo a los costos?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | | |
| NO | | |

17.¿Se determina descuentos para incrementar las ventas del servicio d hospedaje?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | | |
| NO | | |

18.¿El precio de venta fijado para el servicio de hospedaje es competitivo en relación con la competencia?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | | |
| NO | | |

19.¿Usted toma en consideración el efecto de globalización para fijar los precios del servicio de hospedaje?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | | |
| NO | | |

20.¿Los precios fijados al servicio de hospedaje permiten alcanzar los objetivos propuestos en la Empresa?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | | |
| NO | | |

21.¿Cree usted que el precio fijado al servicio de hospedaje es adecuado?

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | | |
| NO | | |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN