



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA:

**ASIGNACIÓN DE COSTOS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS DEL
SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN EL HOTEL SALINAS, CANTÓN
SALINAS, AÑO 2017.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE LICENCIADA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

AUTOR:

Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

LA LIBERTAD – ECUADOR

AGOSTO-2018



TEMA:

**ASIGNACIÓN DE COSTOS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS DEL
SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN EL HOTEL SALINAS, CANTÓN
SALINAS, AÑO 2017.**

AUTOR:

Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

AUTOR:

Lcda. María Fernanda Alejandro Lindao, MBA

Resumen

Las empresas hoteleras actualmente desempeñan un papel fundamental en la base de la economía de muchos países, siendo para el Ecuador una importante industria que aporta al crecimiento de la riqueza nacional. La presente investigación desarrolla el tema: Asignación de costos y determinación de precios del servicio de alojamiento en el hotel salinas cantón salinas, año 2017. El problema de la investigación se basa en la distribución de los costos del servicio hotelero, debido a la ausencia de una correcta asignación de valores afectando de este modo a la determinación de precios en el servicio de alojamiento. El objetivo de la investigación es el de establecer costos del servicio de alojamiento mediante la aplicación de métodos contables para la determinación de precios. En relación a esta situación, la importancia radica en brindar a manera de guía la estructura del coste del servicio por medio del sistema órdenes de producción, que en este caso se denominará por órdenes de servicio, y a la vez la determinación de precios en base a dos métodos; aplicación del punto de equilibrio y costo más margen. La metodología utilizada fue de orden descriptiva- cualitativa; utilizando como fuentes de información la entrevista y análisis de documentos. Los resultados indican que el hotel distribuye de forma inadecuada la asignación de sus costos con respecto al servicio de alojamiento y esto impide poder fijar de forma acertada el precio de venta por habitación, dado que este factor repercute significativamente en la rentabilidad del negocio.

Palabras claves: Asignación de costos, servicio hotelero, servicio de alojamiento, determinación de precios, ordenes de servicio, rentabilidad.

ABSTRACT

The hotel companies currently play a key role at the base of the economy of many countries, is an important industry that contributes to the growth of national wealth to the Ecuador. The present study develops the theme: costing and pricing of the service of accommodation at the hotel canton Salinas Salinas, year 2017. The research problem is based on the distribution of the costs of the hotel service, due to the absence of a proper allocation of values thus affecting the determination of prices in the accommodation service. The aim of the research is the set up costs of hosting service through the application of accounting methods for the determination of prices. In relation to this situation, the importance lies in providing a way to guide the structure of the cost of the service through the system orders production, which in this case will be called by orders of service, and at the same time the determination of prices based on two methods; application of the point of balance and cost more. The methodology used was of order descriptive - qualitative; using the interview and analysis of documents as sources of information. The results indicate that hotel distributes the allocation of its costs with respect to the accommodation service inappropriately and this prevents can rightly set the sales price per room, given that this factor has an impact significantly on the profitability of the business.

Keywords: Costs System, Costs, hotel service, accommodation service, prices, service orders, profitability.

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, “ASIGNACIÓN DE COSTOS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN EL HOTEL SALINAS, CANTÓN SALINAS, AÑO 2017.”, elaborado por la Srta. Lilibeth Alexandra Borbor Pérez, egresada de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Contabilidad y Auditoría, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

Lcda. María Fernanda Alejandro Lindao, MBA
PROFESOR GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con el Título de “**ASIGNACIÓN DE COSTOS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN EL HOTEL SALINAS CANTÓN SALINAS, AÑO 2017**”, elaborado por **Borbor Pérez Lilibeth Alexandra**, declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica, educativa, empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales.

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la Facultad de **Ciencias Administrativas** carrera de **Contabilidad y Auditoría** pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,

BORBOR PÉREZ LILIBETH ALEXANDRA
C.C. No.: 245000267-6

AGRADECIMIENTOS

Gracias al Todo Poderoso por cuidar cada paso dado en el transcurrir de mi vida, por poner en mi camino personas maravillosas: familia, profesores, compañeros, amigos, vecinos y todos aquellos que de alguna manera u otra me brindaron su apoyo en el desarrollo de este arduo trabajo. Por llenarme de fortaleza en los momentos difíciles, por ser mí guía y acompañarme a lo largo de mi carrera. Por brindarme sabiduría, paciencia e inteligencia para culminar esta etapa importante.

Al hotel Salinas por darme la apertura necesaria para llevar a cabo este trabajo de titulación. De manera especial al Sr. Jorge Sotomayor, que con su humildad y sencillez siempre estuvo presto a ayudarme. Agradezco a mi querida alma mater por convertirme en un profesional competente y comprometida con la sociedad, a mis queridos docentes que me brindaron su paciencia, esfuerzo y dedicación en cada conocimiento impartido.

A mi familia por su amor infinito y por ser el motor que me impulsa cada mañana a seguir adelante.

Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de titulación a mi familia y sobre todo a mis padres Carlos Borbor y Laura Pérez, quiénes se han sacrificado para contribuir en mi formación académica y guiarme en cada transitar de mi vida con sus consejos, paciencia y cariño. A mis hermanos Harold y Karla, quiénes son mi fuerza y mis ganas de seguir superándome.

A Dios, quien me guio por el camino del bien, brindándome el valor y la fortaleza necesaria para enfrentar mis miedos, mis problemas, y todas las circunstancias difíciles por las que he pasado.

Durante el transcurso de mi formación me di cuenta que hay muchas cosas en las que soy buena, sin embargo, entendí que se obtiene un mejor resultado con ayuda y una compañía perfecta. Por ello dedico este trabajo de titulación a mi pareja Luis Carvajal, quien estuvo en los momentos más turbulentos de mi vida, apoyándome y dando ánimos, gracias por confiar siempre en mí y en lo que era capaz de lograr.

A mis docentes y compañeros de clase, especialmente a mi querida tutora de tesis Lcda. María Fernanda Alejandro, por su paciencia infinita, su dedicación, su esmero, por ser la guía este trabajo de titulación y sobre todo por ser un ser humano maravilloso.

Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

TRIBUNAL DE GRADO

.....
Econ. Margarita Panchana P, MSC
DECANA DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS (E)

.....
Lcda. María Fernanda Lindao, MBA
DIRECTORA DE LA DE LA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA (E)

.....
Lcda. María Fernanda Lindao, MBA
DOCENTE TUTOR DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS

.....
Lcdo. Johnny Espinoza Mendoza, MAE
DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS

.....
Ab. Víctor Coronel Ortiz, MSC.
SECRETARIO DE GENERAL DE
LA UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA

ÍNDICE DE CONTENIDO

Resumen	ii
ABSTRACT	iii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	6
MARCO TEÓRICO	6
1.1 Revisión de la literatura.....	6
1.2 Desarrollo de las teorías y conceptos.....	11
1.3 Fundamentos legales	41
CAPÍTULO II	46
MATERIALES Y MÉTODOS	46
2.1 Tipo de investigación	46
2.2 Métodos de investigación	46
2.3 Diseño de muestreo	48
2.4 Diseño de recolección de datos	48
CAPITULO III	49
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	49
3.1 Análisis de datos	49
3.2 Limitaciones	56
3.3 Resultados	56
3.3.1 Costeo en el servicio de alojamiento del hotel Salinas	56
3.3.2 Proceso en la determinación de precios en el servicio de alojamiento del hotel Salinas	58
3.4 Conclusiones	59
3.5 Recomendaciones	60
3.6 Propuesta	61
3.6.1 Objetivos	61
3.6.2 Descripción de la propuesta.....	61
3.6.3 Cálculo de los elementos del costo - Servicio de alojamiento	63
3.6.4 Determinación de precios en el servicio de alojamiento.....	68
Conclusiones	79
Recomendaciones	80
Bibliografía	81

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Punto Muerto o punto de equilibrio.....	36
Gráfico 2 Punto de equilibrio – Habitación simple	72
Gráfico 3 Punto de equilibrio – Habitación matrimonial.....	74
Gráfico 4 Punto de equilibrio - Habitación triple	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Clasificación del costo	18
Figura 2 Clasificación de los costos de producción.....	25
Figura 3 Elementos que inciden sobre la fijación de los precios	40

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Estado de Resultado Integral presentado por el Hotel Salinas	57
Tabla 2	Precios por tipo de habitación del Hotel Salinas.....	58
Tabla 3	Costos.....	62
Tabla 4	Materiales directos - Servicio de alojamiento.....	63
Tabla 5	Mano de Obra Indirecta - Servicio de Alojamiento	65
Tabla 6	Gastos Indirectos de Fabricación - Servicio de Alojamiento	65
Tabla 7	Hoja de costos - Habitación simple	66
Tabla 8	Hoja de costos - Habitación triple	67
Tabla 9	Hoja de Costos - Habitación Matrimonial	67
Tabla 10	Costos Fijos - Servicio de alojamiento	69
Tabla 11	Costos Variables - Servicio de Alojamiento	70
Tabla 12	Estado de Resultados - Aplicación del PE: habitación simple	71
Tabla 13	Cálculo del punto de equilibrio- Habitación simple	72
Tabla 14	Estado de Resultados - Aplicación del PE: habitación matrimonial	73
Tabla 15	Cálculo del punto de equilibrio- Habitación matrimonial.....	74
Tabla 16	Estado de Resultados - Aplicación del PE: habitación triple	75
Tabla 17	Cálculo del punto de equilibrio - Habitación triple.....	76
Tabla 18	Cálculo del costo más margen	77

ÍNDICE DE ANEXOS

- Anexo 1** Matriz de Consistencia
- Anexo 2** Matriz de Operacionalización - Variable independiente
- Anexo 3** Matriz de operacionalización - Variable dependiente
- Anexo 4** Entrevista - Gerente
- Anexo 5** Estado de Resultados Integrales
- Anexo 6** Costo mano de obra directa
- Anexo 7** Rol de pagos
- Anexo 8** Provisiones Sociales
- Anexo 9** Gastos indirectos de fabricación
- Anexo 10** Metros cuadrados por habitación
- Anexo 11** Habitaciones vendidas al 30 Noviembre de 2017
- Anexo 12** Capacidad de habitaciones por día
- Anexo 13** Equipamiento de habitaciones
- Anexo 14** Costo Fijo por habitación
- Anexo 15** Costo variable por habitación
- Anexo 16** Precios competencia
- Anexo 17** Depreciación de activos fijos
- Anexo 18** Clase de alojamientos
- Anexo 19** Categorías de alojamiento
- Anexo 20** Presupuesto
- Anexo 21** Entrevista
- Anexo 22** Cronograma de trabajo

INTRODUCCIÓN

El sector turístico a nivel mundial ha evidenciado crecimientos extraordinarios en las últimas décadas con respecto a los sistemas de información, tecnologías e innovaciones de sus productos o servicios. En la actualidad el sector turístico es considerado como un factor determinante en la economía de los países, debido al elevado efecto multiplicador que produce su demanda.

A medida del avance y el desarrollo de los procesos, surgen inquietudes respecto a la administración y manejo de las empresas en los distintos escenarios como: económico, contable, tecnológico, político, social, ecológico y financiero. Hoy en día las pequeñas y medianas empresas dedicadas al servicio hotelero han adoptado técnicas y estrategias de acuerdo a las exigencias del mercado, para mejorar su nivel de competitividad y de esta manera crecer y desarrollarse tanto en mercados nacionales como en los internacionales. El afán por posesionarse y mantenerse en el mercado para competir con otras empresas, satisfacer las necesidades y deseos del cliente en la venta de un servicio, ha dado cabida al descuido de los registros contables; y por ende a la asignación de los costos reales incurridos en la prestación de servicios que se determinan por medio de métodos o sistemas de costos, aplicados según los requerimientos y actividad operacional de las empresas.

La hotelería se ha convertido en el factor económico acérrimo en los últimos tiempos, la búsqueda de servicios hoteleros resulta indispensable para las personas

que se trasladan de una ciudad a otra con fines turísticos, familiares o netamente de trabajo. En nuestro país, como en el resto del mundo las grandes empresas hoteleras dedicadas al servicio de hospedaje, alimentación y otras actividades complementarias brindan un dinamismo económico, que contribuye al desarrollo de un país a través de la captación del turismo. Uno de los ejes dinamizadores en la provincia de Santa Elena es sin duda la actividad turística. Sin embargo, se evidencia que ciertas empresas hoteleras desarrollan su actividad comercial sin una correcta determinación precios y por lo general la mayoría de los propietarios de estas empresas realizan de forma empírica la asignación de los costos en la prestación de servicios. Estas situaciones no les permiten conocer con precisión los costos reales o fijos que se generan en los servicios que ofrecen; como por ejemplo la depreciación de equipos, mantenimiento de las instalaciones o el salario de los empleados como mucamas, recepcionistas, entre otros; ofreciendo sus servicios a los precios de mercado, sin tener una percepción fidedigna si estos valores cubrirán el costo del servicio y si generarán o no utilidades.

De manera que, las empresas hoteleras de la provincia de Santa Elena no son ajenas a estas circunstancias y es por ello que no obtienen en diversas ocasiones las ganancias proyectadas; más bien esta metodología empleada resulta en algunos casos una pérdida para el negocio o ganancias muy bajas. El Hotel Salinas dedicado al servicio de alojamiento, alimentación y otros, catalogado como un hotel de segunda categoría; dinamiza la actividad turística en el Cantón Salinas, pues es uno de los hoteles más concurridos durante el año por brindar a los turistas un buen servicio. A pesar de ser considerado como un hotel de prestigio

posee falencias internas que afectan los niveles de producción y los rendimientos económicos. Uno de los puntos más críticos está basado en la distribución de los costos aplicados en el servicio hotelero, debido a la ausencia de una adecuada asignación de costos, causando así una valoración errónea en los precios de alojamiento, deficiente control en los niveles del servicio hotelero, disminución de la competitividad en el mercado, ineficiencia en la utilización de los recursos y toma de decisiones intuitivas que han repercutido en los últimos años en la rentabilidad de la empresa ocasionando pérdidas significativas.

Por esta razón, el problema de la investigación busca responder; ¿Cómo afecta la asignación de costos en la determinación de precios del servicio de alojamiento en el Hotel Salinas, año 2017?, ¿Cuáles son los elementos del costo que participan en el servicio de alojamiento?, ¿Cómo se asignan los costos para determinar los precios del servicio de alojamiento?, y ¿Cómo se determinan los precios en el servicio de alojamiento en el hotel Salinas? Siendo así el objetivo de la investigación es: establecer la asignación de costos del servicio de alojamiento mediante la aplicación de método contables para la determinación de precios en el Hotel Salinas. Las tareas científicas pretenden, primero; identificar los elementos del costo que participan en el servicio de alojamiento del hotel Salinas. Segundo, Asignar costos al servicio de alojamiento del hotel Salinas. Por último, determinar precios en el servicio de alojamiento del hotel Salinas.

En este contexto, la importancia del objeto de estudio es brindar alternativas de control en la toma de decisiones mediante una adecuada asignación de costos

determinado así precios y márgenes de ganancias óptimos. Debido al mundo globalizado en el que se enfrentan hoy en día las empresas ha surgido la necesidad de implementar técnicas y herramientas que eleven los estándares de competitividad. Así mismo, el incremento vertiginoso del turismo en las últimas décadas ha conllevado al crecimiento e intensificación de las cadenas hoteleras. Por el cual es importante mencionar que constituyen un escenario competitivo y cada vez buscan alternativas y estrategias idóneas para garantizar su permanencia en el mercado. El manejo de los costos en las empresas hoteleras es uno de los aspectos más importantes al momento de determinar las tarifas de los servicios, pues una correcta determinación de costos permitirá establecer precios razonables y obtener así una ventaja competitiva del resto de los hoteles. De modo que se justifica teóricamente esta investigación puesto que, el uso y la aplicación de los conceptos teóricos relacionados con la asignación de costos y determinación de precios forman parte fundamental en las empresas del sector hotelero.

En Ecuador, de acuerdo a los cifras emitidas por (MINTUR, 2016) & (Chávez, Romero, & Álvarez, 2017); El turismo se ha convertido en uno de los renglones más importantes de la economía ecuatoriana y una fuente vital en la contribución al producto interno bruto (PIB), logrando tasas de crecimiento del 8% en los últimos 3 años, siendo la tercera fuente de ingreso no petrolero en el 2016 y una de las principales fuentes de empleo al generar más de medio millón de puestos de trabajo, lo que significa el 6.1% del empleo total. Por ello, el trabajo de titulación se sustenta a través de la aplicación de técnicas de recolección de datos como entrevista, análisis de documentos y revisión de la literatura. Este proyecto de

investigación pretende contribuir al crecimiento económico del hotel Salinas y proporcionar a la administración una herramienta sistemática y teórica acerca de la valoración de costos asignados al servicio de alojamiento, el mismo que ayudará a los propietarios a determinar correctamente los precios del servicio y evitar sustancialmente la ineficiencia en el control de sus recursos, disminuciones en su rentabilidad, toma de decisiones intuitivas y otros aspectos relevantes que afectan directamente a la consolidación del negocio, permitiendo tener una visión más clara y amplia de los costos, a fin de proyectarse como una organización sólida, moderna, competitiva y en constante desarrollo, creando brechas de participación activa en mercados nacionales e internacionales.

La investigación que se ha utilizado es de carácter descriptiva-cualitativa, teniendo como idea a defender la asignación de costos afecta la determinación de precios del servicio de alojamiento en el hotel Salinas, año 2017.

Está estructurada de la siguiente manera; la introducción comprende el planteamiento, formulación y sistematización del problema, los objetivos y la justificación de la investigación. El capítulo I contiene la fundamentación teórica de la investigación basada en la revisión de la literatura, el desarrollo de teorías y conceptos y el fundamento legal; en el capítulo II se presenta los materiales y métodos utilizados en el estudio; es decir el tipo de investigación, métodos, muestra y los instrumentos de recolección de datos. En el capítulo III se presenta el análisis de los resultados, limitaciones y discusión, en donde se enmarcan además las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Revisión de la literatura

La determinación correcta de los costos sigue siendo un reto para las empresas frente a los constantes cambios que afectan al turismo. La aplicación de nuevos estándares se presenta como un desafío para los empresarios de alojamientos turísticos y es aquí donde la intuición es el factor que predomina al momento de establecer los precios para un determinado producto o servicio, esto tiene como resultado toma de decisiones incorrectas en los negocios debido al desconocimiento sobre las estimaciones de los mismos. Las siguientes valoraciones coadyuvarán al desarrollo del tema de investigación, a la comprensión, entendimiento y alcance del mismo.

Se han revisado los trabajos de Garrison, R., Noreen, E. & Brewer P. (2007), referidos a la Contabilidad y en entorno empresarial; en el que plantean que el cálculo del costo de un producto o servicio es muy importante y significativo en los procesos para determinar el precio de venta, este hecho se ha considerado como un desafío para las organizaciones debido a que en la mayoría de casos la fijación de precios se realiza empíricamente. Dicha investigación fue realizada en México con el objetivo de proporcionar una mejor visión del entorno empresarial en base a la Contabilidad Administrativa y orientar al lector respecto a los sistemas de costos que existen y a cuáles de ellos deben adaptarse las empresas.

Las investigaciones de Torres, A. & Cuevas, I. (2012), acentúan que la industria hotelera tiene características muy específicas que provocan una atención especializada en cuanto al manejo de los costos. La hotelería se caracteriza por la cantidad de procesos que se llevan a cabo para la prestación de los servicios y para su complejidad, distribuyéndose en unidades operativas y unidades funcionales. El autor resalta que es importante tomar en cuenta al momento de fijar precios los costos generados en el servicio o producto ofertado, la competencia y por consiguiente la demanda que se atribuye a este servicio. Los razonamientos expuestos ofrecen un acercamiento a los métodos y estrategias desarrolladas para la fijación de precios en la industria hotelera, relacionando las características propias del sector con la estructura de los costos. Utilizando como metodología la investigación de campo realizada en Montevideo Ciudad de la República de Uruguay; los resultados evidencian a la hotelería como una industria compleja y particular que requiere de estrategias de precios, que no solo centren sus decisiones en un único factor, sino más bien posibiliten la competitividad de la empresa en el mercado y distribución correcta de los costos.

Por consiguiente, la actividad turística a nivel mundial representa una gran relevancia e incremento del gasto turístico de países en vías de desarrollo pues así lo asevera Morillo, M. & Casas, S. (2014), en su investigación basada en el proceso de determinación de costos de los servicios prestados por los hoteles turísticos de tres estrellas del municipio Libertador del Estado de Mérida , en el cual se diseñó una investigación experimental a través de guiones de observación y otros instrumentos. La operación de los hoteles en el estado de Mérida,

Venezuela; se caracterizan por ser de gestión familiar y centralizadas. Los servicios que ofrecen los hoteles de 3 estrellas, expuestos en el caso de estudio varían de acuerdo a los tipos de habitaciones. De acuerdo al estudio realizado se evidenció que el cálculo de los costos del servicio en un 72% se realizan de los costos totales de la prestación de todos los servicios; mientras que el 14% manifiesta calcular el costo por cada tipo de servicio prestado (alojamiento, restaurantes, eventos, y otros). Y el 14% restante no respondió. En este sentido se concluye en que estos hoteles no realizan el cálculo de los costos de cada departamento o unidad de servicio, lo cual evidencia un inadecuado sistema de acumulación de costos. El autor concluye en referencia a los resultados en que la ausencia de sistemas de costos adecuados no permite conocer el costo real de los servicios que prestan, lo que limita la correcta operatividad y la toma de decisiones bajo criterios de costos y utilidades en lo que respecta a productos, procesos y clientes.

En el marco conceptual de la determinación de costos de producción, comercialización y de servicios, Chambergo, I. (2015) desarrolla una propuesta metodológica para la determinación de costos en empresas del sector hotelero de Perú. En la Contabilidad de costos existen diversos métodos y procesos que se utilizan para calcular costos. La aplicación de los mismos depende de la información y los objetivos que pretende alcanzar la empresa, así como también las características propias de la misma. Los costos hoteleros pueden ser directos e indirectos, sin embargo, en sentido general la mayoría de los hoteles tienen una alta proporción de costos fijos y analizando este rubro se estima que el mayor

porcentaje de estos costos ocurre en el área de alojamiento, pues muchos de los gastos que se generan en esta área son de naturaleza fija, siendo los principales, la depreciación y mantenimiento de las instalaciones. Según el estudio realizado las bases para aplicar el sistema de costos hoteleros es el de orden de servicio, utilizando como parámetro los metros cuadrados del total de las habitaciones para el cálculo de los tres elementos del costo como lo son la materia prima, mano de obra y gastos indirectos de fabricación.

En efecto, Martin, R. & Moreno, J. (2014), profundizan en su investigación sobre las compañías hoteleras y la aproximación holística a la determinación y gestión de precios, la misma que propuso un doble objetivo; por una parte, identificar factores que intervienen en la determinación de precios hoteleros y, por otra, analizar los procedimientos de los mismos. El estudio del caso es longitudinal, tipo descriptivo y explicativo; dirigido a una distinguida cadena hotelera española en la ciudad de Sevilla. La fijación de precios en un hotel es sujeto a diversos cambios de acuerdo a desarrollo del sector, de sus productos y servicios que ofertan; sin embargo, su determinación se delimita en las tarifas de alojamiento por dos motivos: 1) por ser el alojamiento, principal fuente de ingreso con 60% de participación aproximadamente en los ingresos totales y 2) por ser nexo a otros servicios del hotel. Se aplicó entrevistas semi-dirigidas-abiertas y el análisis de documentación; de las cuales los autores identificaron como resultado que los principales factores que influyen en las decisiones de la fijación de precios en la industria hotelera es el nivel de demanda, la competencia y las percepciones de los clientes, pese a esto en las consideraciones finales asienten que la determinación

del precio en una empresa hotelera no puede considerarse como una cuestión concreta y perfectamente definida, puesto que es un tema amplio de la gestión empresarial.

Por otra parte, Rodríguez, O., Grzable, V. & Noguez, L. (2012) argumentan, que para fijar precios en la industria hotelera de Uruguay considera estrategias basadas en costos, competencia y demanda.

En este mismo sentido, García, M. & Arrubla, M. (2016) aseveran que la fijación de precios en la industria hotelera se ha convertido en un tema relevante de investigación, puesto que los establecimientos turísticos fijan los precios de sus servicios sin considerar factores internos y externos que propician el dinamismo del entorno empresarial, lo cual conlleva a una determinación de precios sin fundamentos contables ni económicos y por lo general se estiman de acuerdo a la competencia, ocasionando así que dichos precios no cubran sus costos. La investigación fue realizada de tipo descriptiva, utilizando el método cuantitativo y de observación a 427 establecimientos turísticos en el departamento del Quindío, cuyo objetivo fue identificar los factores internos y externos a través de una matriz y un modelo para la fijación de precios en los alojamientos rurales. El diagnóstico sobre los alojamientos rurales del departamento del Quindío muestran como resultado las oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas de las diferentes unidades de análisis, así como también el considerar múltiples factores para realizar la fijación del precio de venta en los cuales se mencionan las características del producto o servicio, la clase del consumidor y las condiciones socioeconómicas. Los autores en sus consideraciones finales resaltan la necesidad

de utilizar un modelo de tasación de costos que tenga en cuenta la fluctuación de la demanda dado que el turismo en el departamento del Quindío-Colombia se focaliza en determinados periodos.

1.2 Desarrollo de las teorías y conceptos

VARIABLE INDEPENDIENTE: COSTOS

Analizando los aportes de Colín, J. (2008) en su libro Contabilidad de Costos;

“Para nuestro cometido, costo lo consideraremos como el valor monetario de los recursos que se entregan o prometen entregar a cambio de bienes o servicios que se adquieren” (pág. 9).

De acuerdo a estas valoraciones que menciona el autor se señala que el costo es sin duda la inversión que constituye la fabricación de un bien o servicio, al cual se le asigna un precio de venta al público con el fin de generar un beneficio económico, pese a que en muchas ocasiones el empresario o administrador de un negocio desconoce los métodos que deben aplicarse para el cálculo de dicho valor.

Las referencias de Feijoó, L. (2009) & Garbey, N. (2009), afirman:

El costo operación de un hotel o la prestación de un servicio sea este de alojamiento, alimentación u otros servicios complementarios puede definirse como término monetario suministrado en la atención de los clientes. Entonces, el costo de la operación de un hotel, puede definirse como la expresión monetaria de los recursos empleados para atender a los huéspedes y usuarios de los servicios que brinda el hotel. (págs. 5, 134)

Los costos hoteleros no solo se miden por la atención que se le brinda al cliente, sino que también, incluyen otros gastos que surgen en el proceso. Esto significa que, el costo de la prestación de servicios de un hotel es el resultado de las actividades que desarrolle la entidad hotelera. Se diferencian de los costos de producción en otras organizaciones industriales y comerciales, puesto que la actividad principal es la venta del alojamiento y la actividad desarrollada es de un servicio ofertado.

Por otra parte, el costeo de un producto o servicio cuenta con dos amplias etapas la acumulación de costos y la asignación de los mismos, pues la acumulación es la fase donde se recopilan datos referentes a costos por medio de un sistema contable.

“Esto da lugar a la asignación de costos considerado como un término general que abarca tanto el seguimiento de los costos acumulados y la adjudicación de costos acumulados a un objeto de costos” (Lazo Palacios, 2013, pág. 33).

“Costo es la sumatoria de todos los pagos y causaciones en que se incurre para la producción de bienes o prestación de un servicio, independiente de los gastos de administración, de ventas y financieros” (Rodríguez Vera, 2012, pág. 18).

“Costo es el desembolso que reportará un beneficio futuro, por consiguiente es capitalizable” (Berrío Guzmán & Castrillón Cifuentes, 2010, pág. 2).

Rodríguez, R. (2012) & Berrío, D. & Castrillón, J. (2010) refieren que el costo representa la suma de todos los pagos que incurren en la prestación de un servicio o proceso que es necesario realizar para obtener beneficios presentes o futuros.

Cabe recalcar que el costo en la industria hotelera es uno de los factores utilizados para la fijación de precios, pues influye significativamente en el valor del precio de venta establecido para el servicio de alojamiento y otras actividades complementarias que oferta el sector hotelero.

Elementos del costo

De acuerdo a las investigaciones de Hansel R. & Mowen M. (2007), argumentan que los costos de producción se clasifican en:

1. Materiales directos

Los materiales directos son aquellos que son imputables al artículo o servicio que se está produciendo. El costo de estos materiales se puede cargar en forma directa a los productos.

2. Mano de obra directa

Es el trabajo que se asigna a los artículos y servicios que se están produciendo. Se mide de acuerdo a la cantidad de mano de obra empleada para elaborar.

3. Costos indirectos

Todos los costos de producción diferentes de los materiales directos y de la mano de obra directa se agrupan en una categoría denominada costos indirectos. Se considera como materia prima indirecta o materiales indirectos a los que son difíciles de asignar en términos económicos; como la electricidad; la mano de obra indirecta es el trabajo auxiliar que emplea la empresa, que no se identifica con algún servicio; por ejemplo el administrador del hotel; Los otros costos indirectos hacen referencia a la depreciación de maquinaria o equipos, seguros, entre otros. (pág. 40)

En consonancia con los argumentos antes descritos, como aporte personal y a manera de síntesis se expresa que los elementos del costo se constituyen como factores necesarios e importantes para la fabricación de un determinado artículo. La mano de obra es el principal elemento imputable que forma parte del servicio o producto ofertado; mientras que la mano de obra como lo determina el autor es la cantidad empleada para elaborar el bien, así mismo como último elemento se menciona a los costos indirectos de fabricación o también llamado carga fabril considerados a todos aquellos que sean diferente de los materiales directos.

En este contexto, Rodríguez, R. (2012), atribuye elementos del costo hotelero a la materia prima, mano de obra y otros costos de producción y/o servicios.

Material directo. Elemento base para la producción de bienes, de uso o de servicio, que regularmente tiene la mayor participación en el costo. La materia prima en la prestación de servicios es la disponibilidad de bienes de uso o equipos, o contrataciones para la prestación, por ejemplo, se dispone de habitaciones en el hotel para el servicio de alojamiento.

Mano de obra. Es el valor de la liquidación de todos los trabajadores que participan directa e indirectamente en el proceso de fabricación o prestación de servicios. En prestación de servicios la mano de obra directa es la de trabajadores calificados que atienden a los clientes.

- Mano de obra directa es la que se imputa como elemento directo al costo por la intervención en cada proceso de producción o prestación de servicios. Ejemplo las camareras.

- Mano de obra indirecta se conforma por el personal de oficinas y dirección de la producción o servicio, no intervienen dichos procesos, pero son responsables de la dirección y resultados de la gestión.

Otros costos de producción y/o prestación de servicios. Su importancia radica en determinar todos los demás cargos fijos y variables que han participado en el proceso de producción y prestación de servicios, que, sumados al costo primo presenta el total del costo. (págs. 96-98)

Los aportes de Arredondo, M. (2015) recalcan que los elementos del costo de producción son en los que se incurren para lograr que los productos manufacturados estén listos para su venta e incluyen:

- a) Costos de Materia Prima directa
- b) Costos de mano de obra directa
- c) Costos indirectos de producción, conocidos también como gastos indirectos de fabricación (GIF)

Materia prima directa. Es la que se identifica plenamente en la elaboración de un artículo y representa el costo principal de materiales en la fabricación del producto. Los materiales adquiridos y almacenados, se convierten en costo cuando son utilizados en el proceso productivo. La materia prima directa se puede contar, medir o pesar, en forma unitaria de producción, como, por ejemplo: Se puede medir la madera utilizada en la fabricación de un pupitre, la cantidad de harina utilizada para hornear un pastel, la cantidad de uvas para producir vino tinto, etcétera.

Mano de obra directa. Representa el personal que interviene en el proceso productivo, sin el cual, por muy automatizada que pudiera estar una industria, sería imposible la transformación de materia prima. Son los pagos que se hacen a las personas relacionadas directamente con la fabricación del producto o servicio.

Gastos indirectos de fabricación. Representan el tercer componente del costo de producción, siendo aquellos que intervienen en la elaboración del producto pero que no identifican de manera precisa o directa con este, tratándose ya sea de una orden de producción o en un proceso productivo. Esto quiere decir que, aun formando parte del costo de producción, no puede determinarse con exactitud qué cantidad de esos gastos intervienen en la fabricación de un producto, entre los más comunes tenemos:

- Depreciación de la maquinaria utilizada
- Energía eléctrica utilizada
- Sueldo de supervisores (Mano de obra indirecta)
- Materia prima indirecta
- Renta de fábrica
- Impuesto predial (pág. 24)

Como menciona Arredondo, M. (2015), los tres elementos principales del costo de producción son materia prima directa, mano de obra directa y los gastos indirectos de fabricación. Los dos primeros corresponden a costos directos y se los puede identificar en el servicio que se ofrezca; sin embargo, los gastos indirectos de fabricación (GIF) son costos que no se identifica fácilmente con el producto.

La base de acumulación de costos es muy importante, ya que permitirá calcular una tasa de gastos indirectos de fabricación estimada o predeterminada que nos ayudará a estimar, junto con la materia prima directa y la mano de obra directa, el costo del producto terminado. (págs. 23-24)

En ese mismo sentido el autor hace alusión a la clasificación de los gastos indirectos, pues considera ciertos parámetros para la selección adecuada de los mismos, en los cuales detalla:

Gastos indirectos de fabricación estimados se aplican a la producción utilizando la base seleccionada (horas de mano de obra, horas-máquina, costo de mano de obra, unidades producidas, cantidad de materia prima directa usada o costos de mano de obra directa).

Tasa predeterminada de GIF

Para calcular la **tasa predeterminada de GIF** se necesita contar con un presupuesto de los gastos indirectos de fabricación totales. Este presupuesto es el estimado que tiene la administración para el periodo siguiente.

$$Tasa\ GIF\ ESTIMADA = \frac{GIF\ totales\ presupuestados}{Base\ de\ aplicación}$$

En el caso del sistema de costeo por órdenes, los gastos directos de fabricación tendrán que aplicarse a cada orden de acuerdo con la tasa de gastos indirectos de fabricación estimada. (Arredondo González, 2015, págs. 39-40)

En lo que a hotelería se refiere los costos es atribuido al servicio que ofrecen estas industrias, los mismos que han sido clasificados en materia prima, mano de obra y

costos indirectos de fabricación que en este caso serán denominados como; otros costos de servicios. La materia prima por su parte es el elemento base para el uso de los servicios que ofrece un hotel; la mano de obra es el valor atribuido a los trabajadores en el proceso de fabricación de un bien o en la prestación de un servicio y finalmente en los costos indirectos se considera a todos los demás rubros que no intervengan directamente en la prestación del servicio, los que no se identifican de manera directa.

Clasificación de costos

La clasificación de los costos es muy amplia de acuerdo a las valoraciones de varios autores, a continuación se muestran los aportes de Rodríguez, R. (2012),

Cada sistema de costos o costeo requiere de una estructura adecuada, según el producto o servicio. Para determinar el costo observamos la siguiente clasificación de conceptos que conforman la distribución de la operación de fabricación o prestación de servicios, y obtener el costo inicial, así:

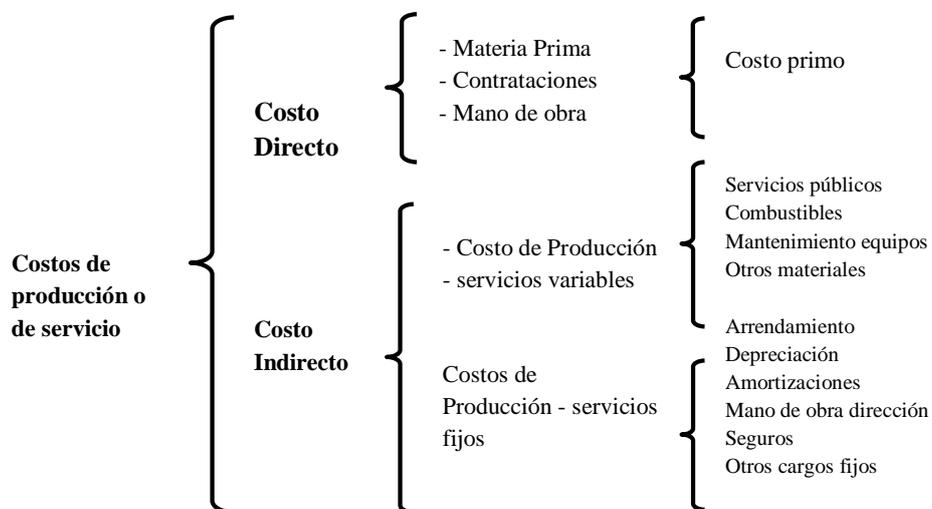


Figura 1 Clasificación del costo
Fuente: (Rodríguez Vera, 2012, pág. 19)
Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra.

Costo directo es el que tiene relación directa con el producto o servicio en su conformación material y de servicio. El costo directo en el sector de hoteles y afines es por su naturaleza tangible y se puede palpar, como la materia prima, e intangible como la mano de obra necesaria en el proceso de elaboración o prestación del servicio, conformando el costo primo.

También se puede llamar costo primario pues es la base tanto material como económica, como evidencia del bien o servicio producido o servicio prestado.

La sumatoria de materia prima y la mano de obra se la denomina costo primo, parte básica del producto o servicio. Sin embargo, en algunos servicios como el de habitación el costo primo participa en un menor porcentaje con relación al total del costo de habitación, pues los costos indirectos tienen mayor participación y tienen a ser altos para estas empresas, entre ellos tenemos a la depreciación de sus bienes.

Costo indirecto. Se llama costo indirecto porque no forma parte material sino subjetiva del producto o servicio, pues son pagos y causaciones indispensables en el proceso de fabricación o prestación de servicio, siendo su participación importante en la conformación del costo.

Costos indirectos variables, son los que por razones de la operación varían proporcionalmente a la cantidad de unidades o servicios terminados o prestados en los diferentes conceptos que intervienen en el proceso de prestación de servicio o producción, entre los cuales se puede mencionar la energía, reparaciones, combustible, etc.

Costos indirectos fijos, tienen gran importancia tanto en el proceso de producción o prestación de servicios, como en la operación general de la empresa, pues son pagos o causaciones permanentes que independiente de que se produzca o no causan costos subjetivos en el tiempo (arrendamientos, depreciación, seguros, impuestos). (págs. 20, 105)

Los costos pueden ser clasificados de acuerdo al enfoque que se les dé. Existen diversas formas de clasificar los costos, permitiendo a la gerencia poseer información necesaria para fijar precios y determinar correctamente la utilidad. A continuación, se ilustrarán los más utilizados, las cuales facilitan el análisis que se pretenda hacer, ya sea por áreas o por actividades;

1. De acuerdo con la función en la que se incurren:

a. Costos de producción: Son los que se generan en el proceso de transformación de la materia prima en un producto terminado;

Materia prima o material directo: aquellos materiales necesarios en el proceso de producción, se usan en cuantías significativas;

Mano de obra directa: Son el salario básico, prestaciones sociales y aportes de quienes transforman directamente el producto;

Costo indirecto de fabricación: Son aquellos que se requieren para producir, y no pertenecen a las categorías anteriores. Ejemplo: depreciaciones de maquinarias y equipos, arriendos, otros.

- b. Costos de distribución o venta: es el valor agregado que se genera en el proceso de llevar el producto desde la empresa hasta el último consumidor. Ejemplo: publicidad, comisiones, fletes, etc.
- c. Costos financieros: se relacionan con la obtención de fondos para la operación de la empresa, incluyen los intereses por préstamos.
- d. Costo de administración: Se originan en la dirección, control y operación de una compañía. Son sueldos del personal administrativo, teléfono, impuestos diferentes al de renta, etc.

2. En función del tiempo:

- a. Costos históricos: es un costo real, ya cumplido, que tiene como única ventaja la comparación de su resultado con los niveles de venta para conocer la utilidad.
- b. Costos predeterminados: es el costo que se determina antes de iniciarse el proceso productivo, es una herramienta de planeación que sirve para fijar patrones de producción y precios de venta de forma estable.

3. De acuerdo con su identificación con una actividad, departamento, producto o proceso:

- a. Costos directos: Son los que se identifican con una actividad, proceso departamento o producto. Ejemplo: el salario del supervisor del departamento de mantenimiento es un costo directo a este departamento, el salario del médico cirujano es un costo directo a la actividad de cirugía.

- b. Costos indirectos: son aquellos que no se pueden identificar con actividad, proceso o producto. Ejemplo: la depreciación del edificio, sueldo al gerente.

4. De acuerdo con el tiempo que se enfrentan los ingresos:

- a. Costo del periodo: afectan el resultado de la utilidad en el momento que se considere causado, no se acumulan en el inventario, se identifican con un periodo de tiempo.
- b. Costo del producto: son aquellos que se acumulan en un inventario de materia prima, productos en proceso o productos terminados, se aplican a los ingresos del producto que se vendió.

5. De acuerdo con el control que se tenga sobre la ocurrencia del costo:

- a. Costos controlables: Son aquellos sobre los cuales una persona de determinado nivel tiene autoridad para incurrirlos o no.
- b. Costos no controlables: Son aquellos sobre los cuales una persona de determinado nivel no tiene autoridad para incurrirlos; por ejemplo la depreciación del vehículo del gerente de ventas, pues este costo se incurre al margen de cualquier decisión de gerencia.

6. De acuerdo con su comportamiento frente al nivel de actividad:

- a. Costo variable: aquel costo total que cambia o fluctúa en relación directa con una actividad volumen dado, mientras que el costo unitario permanece constante dentro de un rango de tiempo.
- b. Costo fijo: aquel costo que permanece constante dentro de un periodo determinado y un rango relevante de actividad.

- c. Costos mixtos o semi variables: son aquellos que tienen un componente fijo y uno variable. (Berrío Guzmán & Castrillón Cifuentes, 2010, págs. 12-18)

En relación a la clasificación de los costos y al análisis de los mismos, se evidencia inferencias entre uno y otro autor, en el cual se acentúa que existen diversas sistematizaciones a las que una empresa se puede adherir. Una de las clasificaciones que detalla el autor es de acuerdo a la función del negocio centrandó su atención en las actividades que realizan las empresas manufactureras, comerciales o de servicios, tomando en consideración la investigación de mercado y otros factores relevantes.

Al analizar los resultados de Arredondo, M. (2015), se observa que existe una clasificación de costos más condensada y cognoscible, clasificándolos de la siguiente manera: costos de producción, costos del periodo, costos fijos y variables, costos mixtos y costos indirectos e indirectos.

1. Costos de producción

Se incurren en los costos de producción para lograr que los productos manufacturados estén listos para su venta e incluyen: costos de materia prima directa; costos de mano de obra directa; costos indirectos de fabricación (GIF).

2. Costos del período

Los costos del periodo son los que no se identifican con el producto; es decir, los que están relacionados con un periodo determinado. Aquí encontramos los costos de administración y venta que van inmediatamente después de la

utilidad bruta en el estado de resultados, llamados o conocidos como gastos generales.

3. Costos fijos y variables

Costos variables son los que varían en forma directamente proporcional con las unidades producidas/vendidas; es decir, conforme aumentan la producción o las ventas, los costos variables aumentan en la misma proporción;

Costos fijos permanecen constantes dentro de un rango específico de producción y en un determinado periodo, es decir, no influye si se produce o se vende una unidad o cien, los costos fijos siempre serán los mismos. Por ejemplo, la depreciación de la maquinaria o la renta de una bodega.

Costos fijos comprometidos: siempre existirán debido a que la empresa tiene gastos organizacionales básicos que no pueden eliminarse.

Costos fijos discrecionales son aquellos que pueden prescindir sin afectar la operación básica de la empresa, como la capacitación del personal, investigación, mantenimiento de los costos de publicidad, y otros.

4. Costos mixtos

Son los que tienen una parte fija y una variable en diferentes rangos de operación y se conocen también como costos semivariables o semifijos. En estos costos, la parte fija corresponde a un cargo mínimo al utilizar determinado servicio o producto determinado artículo como los costos de teléfono que incluyen una cuota fija (que es la renta) y una cuota variable (servicio medido o llamadas a celulares).

5. Costos directos e indirectos

Pueden identificarse plenamente con el objeto que se va a costear. Por ejemplo, la mano de obra que se genera en el departamento de producción será un costo directo por el contrario los costos que no pueden identificarse plenamente con un departamento se consideran costos indirectos. (págs. 8-11)

Otra de las clasificaciones que enmarca el autor es la de los costos de producción, en donde se puede distinguir dos grupos:

Costos primos: son los que están relacionados directamente en la fabricación del producto; costo de la materia prima directa y de la mano de obra directa.

Costo de conversión: son los que convierten la materia prima directa en producto terminado, abarcando la mano de obra directa, porque convierte la materia prima en producto terminado y los gastos indirectos de fabricación GIF, porque sin luz, agua, supervisores, depreciación de las maquinarias, no se podría convertir la materia prima en producto terminado. (págs. 23-25)

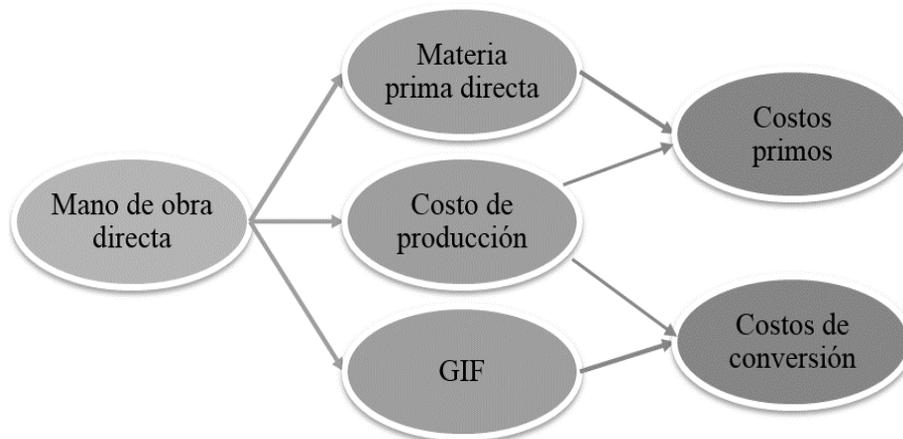


Figura 2 Clasificación de los costos de producción.
Fuente: (Arredondo González, 2015, pág. 25)
Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra.

Se plantea una clasificación de los costos; en fijos y variables en el libro de Gestión de Marketing y Servicios Turísticos y Hoteleros, en donde Izaguirre, M. (2015) señala:

Costos fijos son los que permanecen constantes independientemente del nivel de producción. Son, por ejemplo, sueldos, alquileres, seguros;

Costos variables son los que cambian, aumentando o disminuyendo de manera proporcional a la producción en actividades industriales o a las ventas en empresas de servicios. Son, la energía eléctrica, entre otros. (pág. 123)

Los autores plantean similares clasificaciones de costos, entre ellos señalan a los costos de producción o servicio como costos directos e indirectos, de acuerdo a la función en la que incurren, de acuerdo a su comportamiento frente al nivel de actividad, entre otros. Los costos en los que incurren las empresas pueden clasificarse de tal forma que permita a la gerencia tener la información necesaria e idónea para establecer sus costos y fijar precio al producto o servicio por medio de métodos o procesos que determinen el margen de utilidad deseado por la empresa.

Clasificación de los sistemas de costos

Las valoraciones de Rodríguez, R. (2012), explican la forma de determinar el costo del servicio, según las necesidades, tipo de empresa y el sistema establecido:

- Por órdenes de producción;
- Por procesos;
- Costos estimados;
- Costo estándar;
- Orden de servicio.

Costeo por órdenes de producción; se utiliza en las empresas de producción en cadena donde se emiten producción programada para la cantidad de unidades a terminar, con todas las especificaciones del producto.

Costos por procesos; con la entrega de materia prima y materiales se inicia el primer proceso, que con su grado de avance presenta su valor como inicio para el segundo, que adicionados los elementos necesarios, presenta su valor acumulado, para el inicio del tercero y así hasta terminar el producto que presentará el total del costo con el 100% de terminación para la venta.

Costo estándar; es el sistema utilizado en empresas de alta tecnología a todo nivel, tanto los elementos del costo como la información se encuentran predeterminados y disponibles en el momento de emitir la orden de producción.

Costo de orden de servicio; En el sector de hoteles y restaurantes se determina el costo por orden de servicio para contratos de eventos especiales, como complemento del servicio para:

- Alojamientos;
- Seminarios;
- Eventos sociales y otros. (págs. 113-116)

De la misma manera se acentúa que la Contabilidad de costos es una herramienta indispensable para las empresas, y el disponer de un sistema de costos ayuda a la gerencia en la información suficiente y necesaria para la toma de decisiones.

Dentro de estos sistemas distinguimos dos básicos para asignar costos: Costo por órdenes y costos por procesos.

Costo por órdenes; se calcula fácilmente el costo unitario de cada producto fabricado por la empresa, pues las ordenes específicas pueden ser plenamente identificables. Una orden se fabrica conforme especificaciones particulares de los clientes; es decir son productos únicos, originales o distintos.

Costeo por procesos; se aplica a empresas manufactureras que producen grandes cantidades de productos similares utilizando la producción en serie. (Arredondo González, 2015, págs. 35-36)

Los aportes de distintos autores definen al sistema de órdenes de producción;

“Sistema de costos para cada orden o pedido que sea físicamente identificable a medida que avanza su producción” (Sinisterra, 2006, pág. 35).

“El costeo por órdenes de trabajo se usa en aquellas situaciones de producción en las que muchos productos, diferentes trabajos u órdenes de producción se efectúan en cada período” (Cuevas Villegas, 2010, pág. 408).

Según expresa Garrison, R., Noreen, E., & Brewer, P. (2007)

“El sistema de costeo por órdenes se aplica cuando se elaboran muchos productos diferentes al mismo tiempo cada periodo” (pág. 94).

Los aportes de Lazo, M. (2013) acerca del costeo por procesos menciona,

“El costeo por procesos es un sistema de acumulación de costos de producción por departamento o centro de costos” (Lazo Palacios, 2013, pág. 49).

Calleja, F. (2013) acerca de este particular afirma:

“La organización puede fabricar muchas unidades idénticas para el mismo producto. El término costos por procesos se refiere al método de la acumulación de costos que los concentra por procesos o departamentos” (pág. 105).

El sistema de costos por procesos está enfocado en obtener costos periódicos, generalmente mensuales, relacionando el valor de cada uno de los elementos del costo y la producción obtenida en dicho periodo. De esta forma, el costo unitario de cada producto representa un promedio de la producción ocurrida en cada periodo de costos. (Arredondo González, 2015, pág. 93)

Respecto a las investigaciones de los autores antes mencionados se expone que los sistemas de Contabilidad de costos son los que proveen información y ayudan a conocer los costos y gastos incurridos en la fabricación de un producto, así como también a la correcta toma de decisiones con el fin de contribuir a la consecución de los objetivos de la empresa. Esta herramienta de costeo permite calcular los costos reales de producción para posteriormente asignar el precio de venta al público en general. Siendo así, la forma apropiada de utilizar los recursos y controlar las materias primas, mano de obra y costos indirectos de fabricación con mayor eficiencia y veracidad con la finalidad de establecer márgenes de utilidad óptimos para la organización. Así mismo se demuestra que los sistemas de costos más conocidos son: sistema por procesos y sistema por órdenes de producción. Sin embargo, existen otras clasificaciones como costo estándar y costo de orden de servicio. El costeo por procesos es utilizado por organizaciones que fabrican

productos idénticos de forma periódica y su acumulación de costos es por departamento. Por el contrario, el sistema por órdenes de producción es el costeo donde se identifica los costos asignados por lotes, y luego de dividir los costos de los lotes entre la cantidad de unidades producidas, a fin de obtener un costo promedio por unidad de trabajo. También se menciona entre las clasificaciones expuestas al costo estándar y orden de servicio; siendo costos predeterminados y en el de orden, los costos determinados por pedidos de servicio.

VARIABLE DEPENDIENTE: PRECIOS

En referencia a las aportaciones de Azeglio, A. Barreto, A. & Zanchetti, W. (2015) se explica que el precio es el valor pecuniario que estima una cosa, bien o servicio y por el contrario la tarifa es una tabla o catálogo de precios que se debe pagar por servicios. Así, una tarifa es el conjunto de precios y el precio es un elemento junto a otros del conjunto que llamamos tarifa. (pág. 182)

“El precio debe ser el resultado de un análisis y una decisión, y no por la aleatoriedad”(Azeglio, Barreto, & Zanchetti, 2015, pág. 184).

El autor asevera que los precios de venta al público deben ser considerados como análisis y decisión de gerencia en beneficio general, puesto que los hoteles tienen diferentes precios para cada habitación. La diferencia de precios ocurre por el tipo de habitación, el menaje, la ubicación y otros servicios que se ofrecen.

Al referirse a este tema, “el precio es definido como la cantidad de dinero (también cabe la posibilidad de utilizar productos y servicios) que el comprador intercambia por productos y/o servicios recibidos del vendedor” (Rosa Díaz, Rondán Cataluña, & Díez de Castro, 2013, pág. 31).

“El precio de los servicios turísticos u hoteleros es el valor de intercambio o de mercado que la empresa asigna al producto y/o servicio por el total de beneficios genéricos que resulta de su uso y/o empleo específico” (Feijoó, 2009, pág. 147).

“El precio es la cantidad de dinero que el comprador desembolsa a cambio de un producto o servicio del cual espera que le proporcione ventajas y satisfacciones que compensen el gasto realizado” (Izaguirre Sotomayor, 2015, pág. 122).

En definitiva, el precio de venta representa desde la perspectiva del comprador, la expresión monetaria entregada a cambio de un bien o servicio y desde el punto de vista del vendedor; la cantidad de recursos percibida por la venta de un artículo o la prestación de un servicio determinado. El precio de los servicios turísticos en teoría es lo mismo, pues se entrega dinero a cambio de un servicio hotelero.

Factores para determinar precios

Rodríguez, R. (2012), hace énfasis en las investigaciones basadas en parámetros externos que se consideran en la determinación de precios; señalando de este modo la competencia y posición geográfica como dos de los principales actores.

Competencia, es el factor de medición directo, que tiene como objetivo mantenerse al mismo precio de venta, con igual calidad y servicio;

Posición geográfica, en el sector de hoteles se puede apreciar este parámetro, pues la hotelería comercial en las grandes ciudades, difiere de la turística en muchos aspectos, así que los precios de venta se asignan de acuerdo al tipo de establecimiento y su modalidad de servicio. (pág. 49)

El precio por ser un valor de intercambio o de mercado en los lugares turísticos tiende a variar su valor, pues en su determinación influyen muchos factores como por ejemplo la época del año (temporada alta o baja) y por ende la disponibilidad y tipo de habitaciones de un hotel; que pueden tratarse de demandas individuales o grupales (Feijoó, 2009, pág. 134).

Las decisiones de fijación de precios se ven influenciadas por una serie de factores tanto a nivel interno de la empresa, como a nivel externo del entorno. Estos son:

Factores internos

Los factores internos se clasifican en:

Objetivos de mercadeo: el precio se fija con base a la estrategia de la empresa;

1. La estrategia de mezcla de mercadeo: el precio se fija en coordinación con las decisiones de diseño de productos, distribución y promoción;
2. La estructura de sus costos: el costo es el soporte de fijación del precio.

Existen dos estrategias principales:

- Fijación de precios a partir de costo más utilidades.
- Análisis del punto de equilibrio y fijación de precios a partir de utilidades.

Factores externos

Tipos de mercado: el precio se fija de acuerdo con el tipo de mercado: mercado de competencia pura, competencia monopolística, competencia oligopólica, monopolio puro, monopolio regulado (por el gobierno), etc.;

La demanda y la oferta: el precio del producto está fijado por la demanda. Un incremento en la demanda de un bien, produce una elevación considerable en el precio. Esto incrementa el volumen de producción (oferta) y los beneficios;

La competencia: cuando el precio se fija en relación a los competidores, se debe tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- Establecer política propia de precios;
- Establecer precios con base al ciclo de vida del producto;
- Establecer precios con base en utilidades y posición estratégica actual.

Otras consideraciones externas del entorno como: la legislación gubernamental, normas sociales y tendencias de comportamiento económico. (Limas, 2011, pág. 170)

Por su parte Rosa, I., Rondán, J., & Díez C. (2013), ratifican en sus investigaciones que existen diversos factores que determinan las decisiones de precios. Entre ellos menciona a factores como: costos, mercado, ofertas que realizan las empresas en cuanto a sus productos y precios, circunstancias particulares de la empresa como por ejemplo sus objetivos y la cultura empresarial, la tecnología, el entorno y la información que se refieren a los estudios del mercado y su demanda. (págs. 38-41)

Políticas de precios

Los aportes de Rivas, J. (2012) señalan que la política de precios se utiliza en las empresas, como una medida para fijar precios y buscar beneficios en relación a la

rentabilidad de la empresa y así mismo del cliente. Las políticas de precios en empresas turísticas son usuales y la mayoría de ellas determinan las siguientes políticas de precios:

- 1. Política de descuento fijo:** se actúa sobre el precio de venta final. Dentro de los descuentos fijos se distinguen: por volumen de compra, por tipo de cliente, por clase de canal y por modalidad y plazo de pago. Mientras se pueda realizar con fines promocionales, se establece que el descuento es temporal. Hay compañías aéreas que para promocionar los vuelos intercontinentales han facilitado precios con grandes descuentos.
- 2. Descuento temporal:** se utiliza como una estrategia promocional, es una reducción ocasional del precio. El mercado turístico empieza a ser muy competitivo en distintos sectores. Por ejemplo, en España, las compañías aéreas, cuando utilizan las ofertas especiales en verano. Otro ejemplo son las ofertas fuera de temporada. En los hoteles según sea la temporada alta o temporada baja, las tarifas cambian; es decir los primeros son más elevados que los segundos (...). (pág. 68)

Sobre este particular se asiente la importancia de aplicar políticas de precios en la hotelería tanto para el empresario como para el cliente. Dichas políticas son aplicadas cuando ya se tiene establecido el precio final del servicio, pues con ello se podrá obtener de forma más clara el volumen de ganancias que se generan. Entre las políticas de precios se encuentran las formas de pago, descuentos, precios según volumen, promociones de precio y otras que la gerencia y la administración estimen necesarias. (Limas, 2011, pág. 278).

Técnicas de precios

Precio del costo más margen

El precio mediante márgenes es una de las técnicas utilizadas en los negocios para establecer precios de venta en servicios o en productos. (Muñiz, 2010), explica:

Este procedimiento se basa en calcular el coste unitario de producción y sumar un porcentaje de beneficios. El coste unitario puede ser el coste total de producción y entonces el margen va dirigido a obtener beneficios, o bien se toma, en caso de las actividades de distribución, el coste variable de producción o adquisición y el margen cubre los costes fijos, gastos de administración, comerciales, financieros y el beneficio. Se calcula mediante la fórmula:

$$Precio = [C / (1 - \frac{m}{100})]$$

Donde:

$C = \text{coste}$

$m = \text{Margen de ganancia esperado}$

Punto muerto o punto de equilibrio

(Muñiz, 2010), manifiesta que el punto muerto o umbral de rentabilidad o también conocido como punto de equilibrio, es una de las técnicas que las empresas aplican para la determinación de sus precios.

Esta técnica consiste en primero fijar el precio calculando el número de unidades que hay que vender para que con los ingresos totales obtenidos se puedan cubrir los gastos efectuados, esto es lo que se denomina punto muerto o

umbral de rentabilidad. El punto muerto es, pues, aquella cantidad de ingresos que genera un margen de contribución (porcentaje sobre las ventas) igual a la cuantía de costes fijos. Por encima de dicha cantidad se obtienen unos ingresos que, una vez absorbidos los costes fijos, proporcionan beneficios y rendimientos favorables y por el contrario si se encuentra debajo de la misma proporcionan pérdidas.

El cálculo del punto muerto se efectúa partiendo de la formulación matemática:

$$\text{Punto de equilibrio, en unidades} = \frac{CFT}{PVu - CVu} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Contribución unitaria}}$$

$$\text{Punto de equilibrio, en dólares} = \frac{CFT}{\frac{PVu - CVu}{PVu}} \text{ ó } \frac{CFT}{1 - \frac{CVu}{PVu}}$$

Donde:

$CFT = \text{Costos Fijos Totales}$

$PVu = \text{Precio de Venta unitario}$

$CVu = \text{Costo Variable unitario}$

Recordando que el beneficio del punto muerto es nulo, se entiende que los ingresos totales son iguales a los costes totales. (pág. 4)

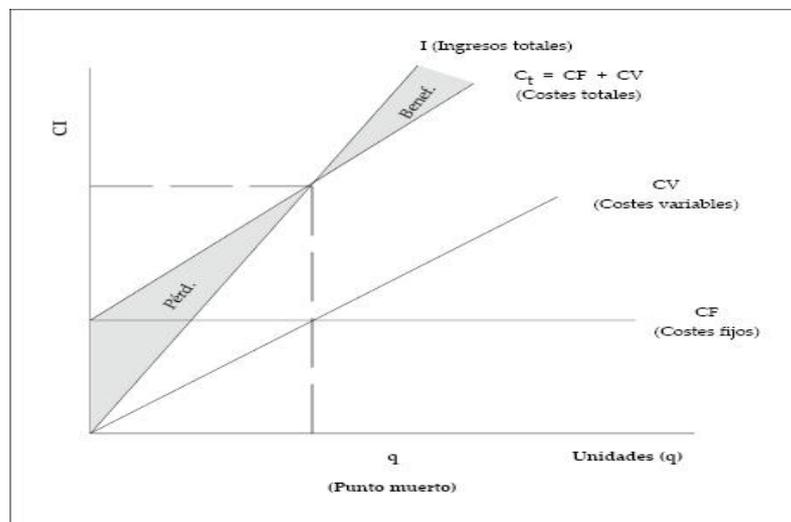


Gráfico 1 Punto Muerto o punto de equilibrio

Fuente: (Muñiz, 2010)

Elaborado por: (Muñiz, 2010)

Las empresas aplican técnicas o métodos para fijar precios cuando se identifica previamente a los clientes, los costos y los competidores (precios). En ocasiones se toman como referencia los precios de la competencia, los costos y la percepción de valor por parte de los clientes.

Las empresas pueden combinar entre estos tres factores para fijar los precios. Los métodos que existen para fijar el precio son tres: el método con base en los costos, el método con base en la competencia y el método basado en el mercado. Los métodos para fijar precios con base en los costos, son aquellos que resultan a partir de la consideración de factores internos a la organización (como la estructura de costos de la empresa y las metas de márgenes de utilidad). Los métodos para fijar precios con base en la competencia y el mercado, son aquellos que se realizan a partir de factores externos a la organización (como el mercado).

El método basado en los costos se centra en los datos de costos para la fijación del precio final de los productos y por esto son los métodos más objetivos y justos. Consisten básicamente en la adición de un margen de beneficios al costo del producto. Existen dos métodos basados en el costo:

Fijación de precios de costo más margen. - consiste en sumar un margen de utilidad estándar al costo del producto.

Fijación de precios basada en el punto de equilibrio. - es aquel en el que el número de unidades del producto vendidas a un precio dado, es justamente suficiente para cubrir los costos fijos y los costos variables en que se ha incurrido. Cuando los volúmenes de ventas están sobre el punto de equilibrio la

empresa está haciendo ganancias y cuando los volúmenes de las ventas están por debajo del punto de equilibrio la empresa está haciendo pérdidas.

La empresa intenta determinar el precio al cual equilibrará o logrará la utilidad meta que está buscando. (Limas, 2011, págs. 178-179)

La fórmula a aplicar para obtener el punto de equilibrio es la siguiente:

$$\text{Punto de equilibrio, en unidades} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo variable}}$$

Las técnicas de precios aplicadas por los empresarios dedicados al servicio de hospedaje son el punto de equilibrio y el costo más margen. El punto de equilibrio es el resultado del número de unidades a vender para cubrir los gastos incurridos en la operación del negocio. Mientras que el precio del costo más margen es el más utilizado, pues resulta muy fácil de aplicar al conocer mejor los costes que la demanda.

Estrategias para determinar precios

Las investigaciones expuestas en la Revista del Instituto Internacional de Costos por Rodríguez, O., Grzabel, V., & Noguez, L. (2012) determinan que existen tres estrategias básicas que se utilizan a la hora de fijar precios a los niveles de servicios:

Basada en costos: es una técnica común de fijación de precios a partir de los costos es el Mark-Up que consiste en aplicar un margen respecto al costo variable, de forma que cubra costos fijos y aporte un margen satisfactorio. A

nivel de los servicios existe una alta incidencia de costos fijos que dificulta su asignación a los actos de servicio y también existe un uso heterogéneo de los clientes ya que los consumidores que contratan un mismo servicio, pueden generar costos de atención muy diferentes;

Basada en la competencia: es parte de la hipótesis que al cliente le es fácil comparar precios y tomar precios de referencias. Lo cierto es que al consumidor no le es fácil evaluar el servicio antes contratado y, por lo tanto, el precio de referencia o de la competencia adquiere cierta relatividad;

Basada en la demanda: la presente estrategia se basa en la percepción del cliente. Por ello se necesita determinar los elementos que agregan valor a la oferta.

Feijoó, J. (2009); plantea las formas de fijar precios basados:

A los precios de la competencia.- donde se fijan los precios de los paquetes turísticos y del hospedaje después del análisis de los precios de la competencia. Sin embargo, es difícil de realizar por la dificultad de conocer los costos en que incurren las empresas competidores, pues no todas ofrecen el mismo servicio.

En el precio promedio que prevalece en el mercado turístico y hotelero, el mismo que está influenciado por el precio promedio de ámbito geográfico del destino turístico a visitar. (pág. 149)

Las apreciaciones de Rosa, I., Rondán J., & Díez de C. (2013) han demostrado que los elementos en el entorno de precios inciden en la modificación y fijación de los mismos.

La fijación acertada de los precios es una tarea difícil de realizar, ya que los cambios del ámbito comercial, así como su carácter marcadamente borroso, impiden que las decisiones sobre precios puedan ser adoptadas mediante la simple aplicación de formulaciones matemáticas o contables. Sin embargo, dentro del proceso de fijación de precio de venta de un producto o servicio, es necesario tener en cuenta tres restricciones fundamentales para su correcta aplicación: costes, demanda y competencia.

Pues por medio de estos las empresas toman decisiones de acuerdo a los objetivos que persiguen y al nivel de aceptación que requiere el cliente para acceder a los servicios hoteleros.

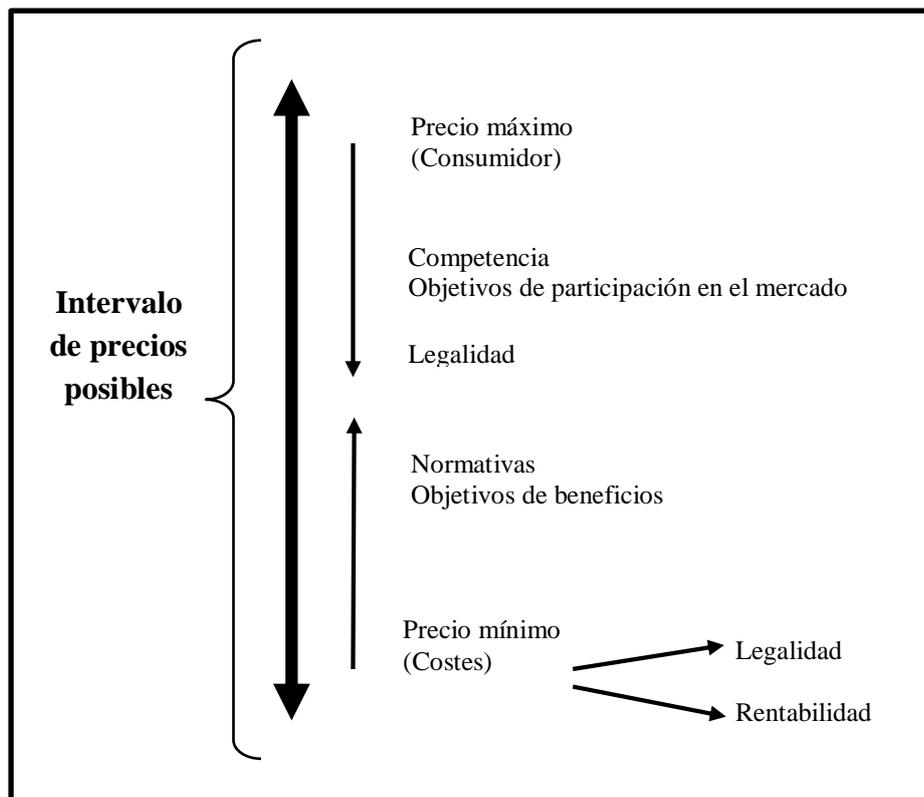


Figura 3 Elementos que inciden sobre la fijación de los precios
Fuente: (Rosa Díaz, Rondán Cataluña, & Díez de Castro, 2013)
Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

1.3 Fundamentos legales

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Capítulo sexto: Trabajo y producción

Sección primera

Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social. (Constitución, 2008, pág. 151)

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

Objetivo 8: Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible

8.2. g. Regular y controlar los precios relativos de la economía: precios de sustentación para el productor, precios al consumidor, etc.

Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva.

10.3 Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios

10.3. g. Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera.

10.3. h. Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar así mismo un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente. (Plan del Buen Vivir, 2013-2017, págs. 46-55)

LEY DE TURISMO

CAPITULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LA EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas 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 (...). (Ley de Turismo, 2014, pág. 2)

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO

TITULO I

CAPITULO I

DE LOS ALOJAMIENTOS

Art. 1.- Alojamiento. - Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Art. 2.- Categorías. - La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio de la distintiva de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

Art. 3.- Clasificación. - Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

Grupo 1.- Alojamiento Hoteleros.

Subgrupo 1.1. Hoteles.

1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).

1.1.2. Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).

1.1.3. Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.

1.2.1. Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.2.2. Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.2.3. Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.

1.3.1. Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.2. Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.3. Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.4. Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Grupo 2.- Alojamiento Extrahoteleros.

Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas). (MINTUR, 2008, págs. 1-2)

Art. 8.- Hotel. - Es hotel todo establecimiento que, de modo habitual, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, comidas y bebidas y que reúna, además de las condiciones necesarias para la categoría que le corresponde, las siguientes:

a) Ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo, siempre que ésta sea completamente independiente, debiendo constituir sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, escaleras y ascensores de uso exclusivo;

b) Facilitar al público tanto el servicio de alojamiento como de comidas, a excepción de los hoteles residencias y hoteles apartamentos (...). (MINTUR, 2008, pág. 3)

Art. 12.- Hoteles de tres estrellas. - Los hoteles de tres estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción, permanentemente atendido por personal capacitado. Los botones o mensajeros dependerán de la recepción;
- b) De pisos para el mantenimiento de las habitaciones así como para su limpieza, que será atendido por camareras cuyo número dependerá de la capacidad del alojamiento.
- c) De comedor, que estará atendido por el personal necesario según la capacidad del establecimiento, con estaciones de diez mesas como máximo.
- d) Telefónico. Existirá una central con por lo menos dos líneas, atendida permanentemente, pudiendo ocuparse de este cometido la recepción;
- e) De lavandería y planchado de los huéspedes y la lencería del alojamiento.
- f) Botiquín de primeros auxilios. (...). (MINTUR, 2008, pág. 5)

TITULO II
DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS
CAPITULO I

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y SU CATEGORIZACIÓN

Art. 43.- Definición de las actividades de turismo, para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley del Turismo, las siguientes son 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 (...). (Reglamento General a la Ley de Turismo, 2015, pág. 11)

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Tipo de investigación

Estudio descriptivo

Esta investigación se realizó en el Hotel Salinas situado en la provincia de Santa Elena, cantón Salinas; considerado principal núcleo turístico de la provincia y uno de los pioneros en posesionarse como una empresa hotelera en el cantón Salinas. Fue analizada de orden cualitativa tipo descriptiva con idea a defender; en relación a la asignación de costos y determinación de precios en el servicio de alojamiento. El alcance de la investigación es de tipo descriptiva pues permitió analizar las variables relevantes en el tema de estudio, así como también mostrar los procedimientos del costeo que ayudó a establecer los precios adecuados en el servicio de alojamiento del Hotel Salinas, en base a la asignación de costos y determinación de precios.

2.2 Métodos de investigación

Método Deductivo

Se aplicó el método deductivo pues permite abordar la investigación desde un enfoque particular hasta el logro de un razonamiento lógico específico del tema de estudio, mediante las teorías y conceptos basados en costos y precios; variables que son parte del presente trabajo de investigación.

Método de Análisis

Por medio de este método se conoció por partes la realidad del problema de investigación, así como el análisis de las variables de costos y precios que los fundamentan; a través de las aportaciones bibliográficas y referencias compactas.

Pues el estudio analítico de los procesos de costeo permitió conocer la distribución y asignación de costos que posee la empresa, realizadas a través de sus políticas internas.

Método de Síntesis

A partir de la aplicación del método de análisis se fundamentaron dichas partes y elementos, conociendo la realidad del estudio y convirtiéndola en una nueva unidad. La capacidad de análisis y síntesis permitió conocer mejor las realidades que enfrentan la investigación y describir las relaciones entre sus componentes.

Fuentes y técnicas de investigación

Fuentes de investigación: El levantamiento de información se lo realizó mediante fuentes primarias como: entrevistas con el personal directo del objeto de estudio, a través de fuentes secundarias que se referencian en libros de costos en hospedería, contabilidad de costos y estudios realizados con anterioridad referentes costos y precios en hospedería, entre otros. Además de sustentar información por medio de revistas, artículos científicos que coadyuve en el desarrollo de la investigación.

Técnicas de investigación: Para el trabajo de investigación se utilizó la entrevista dirigida al propietario del Hotel por medio de la guía de entrevistas. El total de la

población fue de una persona, siendo de este modo una población finita. Así mismo se utilizó como técnica de investigación el análisis de documentos, pues permitió analizar el material relacionado con el tema de investigación. Para el procesamiento de datos se aplicó el análisis de técnicas contables y proceso computarizado con la herramienta de Excel.

2.3 Diseño de muestreo

Recapitulando el tema en cuestión sobre la asignación de costos y determinación de precios del servicio de alojamiento en el hotel Salinas, provincia de Santa Elena, se asevera que la investigación fue realizada mediante una población finita puesto que se consideró al personal administrativo-financiero que posee estrecha relación con el servicio hotelero, conformado por el Sr. Gerente y el contador.

2.4 Diseño de recolección de datos

Uno de los temas relevantes al llevar a cabo una investigación es la aplicación de métodos científicos que permiten obtener información verídica acerca del proyecto a ejecutar. Por tal sentido, resultó imprescindible que empleo de técnicas y métodos para realizar este trabajo de titulación en un menor costo y tiempo conllevando a la eficiencia y eficacia de los recursos. En efecto se realizó la entrevista dirigida al gerente y contador del hotel, puesto que ayudó a sintetizar y a identificar el comportamiento de los costos, su distribución y asignación; además de conocer como determinan los precios en relación al servicio de alojamiento en el hotel Salinas y en base a que políticas o factores internos o externos lo establecen.

CAPITULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de datos

Entrevistado: Gerente

Unidad de análisis: Hotel Salinas

1. ¿Hace cuánto tiempo ejerce el cargo de la administración del Hotel Salinas?

Con respecto al tiempo de trabajo en la gerencia del hotel Salinas, el entrevistado manifestó estar a cargo de la misma, aproximadamente hace 30 años, pues es de tipo de familiar.

2. ¿Cuáles son las funciones principales que desempeña como gerente?

Conforme a la entrevista realizada el gerente manifestó que las funciones que desempeñan son varias; dentro de sus principales, es estar presente en la prestación de servicio, ya que resulta importante brindar un servicio personalizado; planificar y organizar el funcionamiento del hotel; Controlar y gestionar la contabilidad, establecer tarifas para habitaciones; ocuparse de las quejas y comentarios de los clientes, entre otras.

En base al análisis de estos resultados, se demuestra que el gerente realiza no solo funciones administrativas, sino también está inmerso en el control contable y su gestión de acuerdo al servicio prestado, para llevar un mejor observación sobre los mismos y estar a la vanguardia de los procesos.

3. ¿Con cuánto personal dispone para las actividades de su empresa?

El entrevistado indicó que el hotel cuenta con 6 personas directas en el servicio de alojamiento, distribuidos de la siguiente manera; 3 camareras y 3 recepcionistas, en alimentos y bebidas: 1 mesero y 1 cocinero y en la parte administrativa con 3 trabajadores.

4. ¿Conoce usted los costos y gastos en los que incurre el hotel, con respecto al servicio de alojamiento? Si su respuesta es afirmativa, ¿Cuáles son?

En relación a los costos y gastos en los que incurre el hotel, el entrevistado señaló que si los conoce. Entre los cuales menciona los suministros de aseo como costo directo y respecto a los gastos señaló los de mantenimiento, servicios básicos y gastos de personal. Los resultados demuestran que el gerente tiene conocimientos sobre los costos y gastos del hotel con respecto al servicio de alojamiento, en el cual indica al gasto de personal como el más oneroso. Sin embargo, cabe recalcar que su asignación es dirigida a los gastos generales y no se encuentra en la clasificación de los elementos del costo, es decir en los costos indirectos. Dando como resultado una clasificación incorrecta de los mismos y repercusiones en el Estado de Resultados Integrales.

5. ¿Qué informes recibe la gerencia respecto a los del hotel?

De acuerdo a los informes que emite el hotel Salinas, el entrevistado manifestó conforme al área administrativa-contable recibir informes acerca de los ingresos y egresos del hotel. Así mismo recibe informes acerca de

las quejas y comentarios de los clientes. Esta información demuestra que el gerente como líder de su empresa se encuentra inmiscuido en todo el funcionamiento del hotel puesto que analiza y recibe informes contables, administrativos y comentarios de los clientes, dichos informes son suministrados por parte del personal de cada área.

6. ¿Conoce usted los principales competidores de su negocio, las estrategias y tarifas que utilizan?

Con respecto a la competencia, las estrategias y tarifas utilizadas; el entrevistado menciona conocer las mismas, pues es una forma de competir por los servicios.

7. ¿Cuáles son los materiales directos que intervienen en el servicio de alojamiento de acuerdo al tipo de habitación?

De acuerdo a los materiales directos incurridos en el servicio de alojamiento, el entrevistado manifestó que los suministros de aseo y de alimentos y bebidas son considerados en esta sección. Los resultados muestran que la asignación de costos con respecto a los materiales directos en el servicio de alojamiento no son apropiados, pues al hablar de suministros de alimentos y bebidas se involucra a otra actividad o servicio no se categorizan como material directo de esta sección.

8. ¿Con base a qué parámetros se aplican los costos del personal del servicio de alojamiento?

Con respecto a los parámetros aplicados en el costo de personal del servicio de alojamiento, el entrevistado manifestó que se lo realiza en base

a parámetros de ventas. De acuerdo a la información obtenida se evidencia que el hotel no tiene un parámetro establecido para medir la mano de obra.

9. ¿Qué rubros se consideran como costos indirectos de fabricación en el servicio de alojamiento?

El entrevistado menciona que los costos indirectos son todos lo que se improvisa; el suministro de habitaciones y pisos, combustible, suministro de materiales y reparaciones. Se evidencia que existe una asignación de costos indirectos inadecuada, puesto que se manifestó que el combustible.

10. ¿Cuál es el sistema contable que emplea en el hotel para asignar los costos del servicio de alojamiento?

Con respecto al sistema contable utilizado para asignar costos en el servicio de alojamiento, el entrevistado indico que se lo determina mediante las compras que se realizan para abastecer la materia prima. Los resultados evidencian que el hotel no cuenta con una estructura de costos basado en procesos o sistemas de costeo.

11. ¿Qué factores usted considera principales para fijar los precios del servicio de alojamiento?

El entrevistado menciona que para fijar precios se consideran los gastos incurridos en el servicio prestado, puesto que tienen mayor proporción y tienden a ser altos. El mercado y los costos incurridos en el servicio son otros de los factores que se emplea en la fijación del precio. Se evidencia a través de la información que el hotel Salinas establece sus precios de acuerdo al gasto generado por servicio y a la competencia.

12. ¿Qué método utiliza el hotel para la determinación de precios del servicio de alojamiento?

El entrevistado manifiesta que no existe un método en concreto, la determinación de precios se lo realiza mediante el ingreso y el gasto; fijando un margen de utilidad.

13. ¿Qué estrategias de ventas aplica para generar más ingresos respecto al servicio de alojamiento?

De acuerdo a las políticas de ventas que se aplican en el hotel para generar más ingresos, el entrevistado señaló que una de ellas es dar accesibilidades de pagos a los clientes por medio de tarjetas de crédito; Otra de las políticas es crear promociones, es decir políticas de descuento para atraer la venta. De acuerdo a los resultados se determina que el hotel Salinas tiene dos políticas de ventas fijas; las formas de pago y las promociones que oferta. Estas promociones se ofrecen a grupos de amigos o familiares; consiste en ofertar la habitación triple que está valorada en \$45 y si es un grupo de 5 personas se adecua la habitación para 5, desembolsando un valor de \$10 por las dos personas adicionales es decir \$20 más.

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

Con respecto al precio de venta fijado en comparación al mercado, el entrevistado manifestó que, si es competitivo, pero en ocasiones no lo es. Analizando la información obtenida se demuestra que el precio fijado es

competitivo, sin embargo, debido a la cantidad de hoteles que existen en el cantón el precio tiende a ser menor y a igualarse a los otros.

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

Según la información obtenida en la entrevista acerca del precio fijado al servicio de alojamiento, el entrevistado menciona que no es el adecuado. Con respecto al análisis de los resultados se evidencia que existe inconformidad en el precio fijado actualmente, pero debe mantenerse en la misma tarifa para generar más ventas.

16. ¿Los precios fijados en el servicio de alojamiento permiten alcanzar los objetivos empresariales por el hotel?

El entrevistado menciona que los precios fijados actualmente en el servicio de alojamiento permiten al alcanzar en un 50% los objetivos propuestos por la empresa, sin embargo, el 50% restante señala que no. Los resultados muestran que el precio fijado en el servicio de alojamiento no permite alcanzar los objetivos, debido a que los gastos incurridos en el servicio son elevados y solo ayudan a equilibrar un poco.

17. ¿Realiza sondeos sobre precios y promociones de los hoteles de la competencia?

Con respecto a los sondeos de precios y promociones de los hoteles de la competencia, el entrevistado indicó que no realiza sondeos sobre la misma. Esta respuesta demuestra que el hotel no tiene conocimiento acerca de los precios y promociones de los hoteles de la competencia.

18. ¿Qué ventaja competitiva ofrece en su servicio, respecto a los demás hoteles del sector?

Según la información obtenida en la entrevista acerca de la ventaja competitiva del servicio frente a los demás hoteles, el entrevistado menciona que su principal fortaleza es la diferencia de precios y calidad del servicio, atendiendo de forma personalizada e inmediata.

19. ¿Quiénes son las personas encargadas de la toma de decisiones?

Con respecto a la toma de decisiones el entrevistado indico que se las realiza mediante reunión familiar, teniendo todos los miembros igual derecho de participar, aprobar o desaprobar las mismas.

20. ¿Recibe asesoría externa con respecto a la administración de los servicios hoteleros?

El entrevistado manifestó que, si ha solicitado asesoría externamente, pero muy pocas veces. Se evidencia que el hotel Salinas no realiza contrataciones por asesorías externas de forma continua, puesto que no se generan grandes ingresos y sus costos no permiten cubrirlos.

21. ¿Cree usted que el contar con un modelo de costes hoteleros le permitirá disponer de información real para determinar los costos en cada periodo contable?

Según la información obtenida en la entrevista, acerca de contar con un modelo de costes hotelero para determinar los costos en el servicio de alojamiento, el entrevistado manifiesta que si es importante. Esta información evidencia el que sí es importante contar con un modelo de

costos hoteleros pues resulta un beneficio al momento de determinar los precios adecuados en los servicios que se ofrece, sin embargo, no es aplicado por los mismos porque no se cuenta con el recurso necesario.

3.2 Limitaciones

De acuerdo a la investigación realizada en el Hotel Salinas se evidenció dificultades que no permitieron cumplir a cabalidad los objetivos propuestos; uno de ellos fue no haber realizado la entrevista al contador debido a sus múltiples ocupaciones laborales, puesto que trabaja de forma independiente y sus oficinas están ubicadas en la ciudad de Guayaquil.

Sin embargo, el gerente del hotel brindó toda la apertura del caso, y fue la medula de la información para llevar a cabo el presente trabajo de investigación, sobre los costos incurridos en el servicio de alojamiento y la forma de determinar precios.

3.3 Resultados

3.3.1 Costeo en el servicio de alojamiento del hotel Salinas

El hotel Salinas no cuenta con un centro de costos o sistema para asignar los mismos, los costos que consideran dentro del Estado de Resultado Integral son: los suministros de habitaciones y pisos y suministros de aseo con respecto al servicio alojamiento. En el mismo rubro, asume también como costos; los suministros de alimentos y bebidas, es decir agrupa los dos servicios de su actividad; de alojamiento y de alimentos y bebidas; no considera tampoco dentro de los costos la mano de obra y los costos indirectos de fabricación.

Tabla 1*Estado de Resultado Integral presentado por el Hotel Salinas*

**ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES
AL 31 DICIEMBRE DEL 2017**

Ingresos

Gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA	13.868,65
Total Ingresos	13.868,65

Costos

Compras netas locales de materia prima	1.800,00
Total Costos	1.800,00
Utilidad Bruta	12.068,65

Gastos

Sueldos, salarios y demás remuneraciones que constituyen materia gravada del IESS	5.215,14
Beneficios sociales, indemnizaciones y otras remuneraciones	1.340,66
Aporte a la seguridad social	560,74
Honorarios profesionales y dietas	415,80
Depreciaciones	2.124,06
Promoción y publicidad	55,29
Consumo de combustibles y lubricantes	12,28
Servicios básicos	300,00
Suministros, herramientas, materiales y repuestos	516,32
Mantenimiento y reparaciones	1.750,49
Seguros y reaseguros (primas y cesiones)	17,43
Impuestos, contribuciones y otros	2.208,84
Servicios públicos	43,34
Otros	986,70
Total Gastos	15.547,09
Utilidad o pérdida	-3.478,44

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

De este modo se evidencia que el costo de mano de obra y los costos indirectos de fabricación no son considerados dentro del importe de costos, llevando a cabo una asignación errónea de los mismos y considerándolos como parte del gasto general que engloba al servicio de alojamiento y el servicio de alimentos y bebidas.

3.3.2 Proceso en la determinación de precios en el servicio de alojamiento del hotel Salinas

La determinación de precios del hotel Salinas, se la realiza en base a factores internos de la empresa y a factores externos del entorno, en los que se menciona:

- El mercado y/o competencia
- Gasto - costo generado
- Políticas internas

A continuación se presentan los precios actuales por cada tipo de habitación;

Tabla 2
Precios por tipo de habitación del Hotel Salinas

Tipo de habitaciones Precios	
SIMPLE	\$20,00
MATRIMONIAL	\$ 35,00
TRIPLE	\$ 45,00

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Los precios fijados en el servicio de alojamiento están sujetos a políticas internas de la empresa y en base al gasto generado en la actividad hotelera; cabe recalcar también que se estima de acuerdo a los precios de la competencia, manteniendo el margen de utilidad esperado puesto que los gastos tienden a ser altos de acuerdo a la información proporcionada por el gerente propietario.

3.4 Conclusiones

Finalmente como resultado de la investigación se concluye:

1. De acuerdo al estudio realizado se determina que el hotel Salinas evidencia una incorrecta asignación de los costos que se incurre en la prestación del servicio de alojamiento, puesto carece de una estructura de costos conllevado de este modo al cálculo erróneo de los precios por cada tipo de habitación. Así mismo, esto no permite tomar decisiones de manera oportuna, dado que existe un elocuente desconocimiento sobre la distribución de los elementos del costo hotelero.
2. Como consecuencia a esta asignación de costos; la administración determina a la mano de obra directa como un rubro de gastos, lo que deriva una sobrevaloración de los mismos y al final del periodo contable una pérdida significativa, puesto que el servicio de alojamiento representa el 70% de los ingresos totales que genera la empresa.
3. En definitiva, se concluye en que existe una determinación de precios incorrecta, debido a la ausencia de procesos en la asignación de los costos del servicio de alojamiento y un método para determinar precios, puesto que la empresa los fija en base a la competencia. Además de un equivocado calculo en el margen de utilidad esperado por la empresa, dado que el precio de venta de las habitaciones es menor en relación a los costos y márgenes de utilidad establecidos.

3.5 Recomendaciones

Con los resultados presentados se sugiere:

1. Desarrollar un prorrateo adecuado en la distribución de los elementos del costo; en referencia al servicio de alojamiento por medio de sistemas o procesos de costeo para de esta manera brindar una segregación adecuada de cada uno de los importes que complementan el costo de hospedaje por cada tipo de habitación sean estas; simples, matrimoniales o triples.
2. Clasificar de manera adecuada los costos que participan en el servicio de alojamiento; en un solo departamento de costeo y distribuir por parámetros de metros cuadrados; tanto la mano de obra directa como los costos indirectos de fabricación, proporcionando así una valoración apropiada en las hojas de costos.
3. Utilizar un método para determinar precios, basado en costos reales que permitan fijar tarifas adecuadas para cada tipo de habitación y lograr obtener el margen de utilidad esperado por la empresa dentro de sus políticas administrativas.

3.6 Propuesta

Modelo de asignación de costos y determinación de precios en el servicio de alojamiento del hotel Salinas, cantón Salinas.

3.6.1 Objetivos

3.6.1.1 Objetivo general

- Establecer los costos mediante el método de orden de servicio para la adecuada determinación de precios en el servicio de alojamiento del hotel Salinas.

3.6.1.2 Objetivos específicos

- Clasificar los rubros derivados de los elementos del costo que participan en el servicio de alojamiento del hotel Salinas.
- Distribuir los costos de mano de obra y costos indirectos de fabricación a través de parámetros por cada tipo de habitación.
- Determinar el precio de alojamiento por cada tipo de habitación mediante el método de costo más margen y el punto de equilibrio en el hotel Salinas.

3.6.2 Descripción de la propuesta

Para la determinación del costo del servicio de alojamiento se aplicó el método de orden de producción basado en el servicio, pues permitió establecer, analizar e interpretar en detalle y a profundidad los costos de los materiales, mano de obra y costos indirectos de fabricación incurridos en la prestación del servicio, con la finalidad de asignar correctamente los costos de alojamiento, obtener sus costos unitarios y totales y posteriormente determinar precios de venta por cada tipo de habitación del hotel. La información utilizada en el trabajo de investigación se

basa en los Estados Financieros correspondientes al mes de noviembre del 2017.

A continuación, se detallan los costos del mes, referentes al servicio de alojamiento del hotel Salinas.

Tabla 3

Costos



**COSTOS
SECCIÓN HOSPEDAJE
AL 30 NOVIEMBRE DEL 2017**

MATERIALES DIRECTOS

Suministros y materiales de aseo	1.000,00
----------------------------------	----------

MANO DE OBRA DIRECTA

Camareras	1.642,17
-----------	----------

Recepcionista	1.624,00
---------------	----------

GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Servicios básicos	210,00
-------------------	--------

Servicio de TV Cable	214,20
----------------------	--------

Servicio de Internet	31,50
----------------------	-------

Suministro, herramientas, materiales y repuestos	361,42
--	--------

Suministros de habitaciones y pisos	200,00
-------------------------------------	--------

Uniformes recepcionistas	150,00
--------------------------	--------

Uniformes camareras	150,00
---------------------	--------

MOI Administrador	420,00
-------------------	--------

Impuestos	1.400,00
-----------	----------

Impuesto 1,5 por mil (sobre los activos totales)	13,97
---	-------

Permiso de bomberos	1,17
---------------------	------

Predios urbanos	97,22
-----------------	-------

Patentes municipales	35,00
----------------------	-------

Mantenimiento y reparaciones	1.225,35
------------------------------	----------

Seguros y reaseguros (Primas y cesiones)	12,20
--	-------

Permiso del ministerio de salud	29,17
---------------------------------	-------

Depreciaciones	1.166,45
----------------	----------

TOTAL	9.983,82
--------------	-----------------

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

3.6.3 Cálculo de los elementos del costo - Servicio de alojamiento

3.6.3.1 Materiales directos

Son todos aquellos materiales medibles que se identifican claramente en el servicio de alojamiento. En esta sección se determinará los materiales directos por cada tipo de habitación que ofrece el hotel Salinas, estas son: simples, matrimoniales y triples. Los materiales directos que participan en el alojamiento son:

- Shampoo
- Jabón de baño
- Papel higiénico

Tabla 4

Materiales directos - Servicio de alojamiento

HABITACIÓN	MATERIALES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SIMPLE	SHAMPOO	1	0,40	0,40
	JABÓN	1	0,50	0,50
	PAPEL HIGIÉNICO	1	0,40	0,40
	TOTAL HABITACIÓN SIMPLE			1,30
MATRIMONIAL	SHAMPOO	2	0,40	0,80
	JABÓN	2	0,50	1,00
	PAPEL HIGIÉNICO	2	0,40	0,80
	TOTAL HABITACIÓN MATRIMONIAL			2,60
TRIPLE	SHAMPOO	3	0,40	1,20
	JABÓN	3	0,50	1,50
	PAPEL HIGIÉNICO	2	0,40	0,80
	TOTAL HABITACIÓN TRIPLE			3,50

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

3.6.3.2 Mano de obra directa

El costo de la mano de obra directa considera al personal que está directamente relacionado en la prestación del servicio; integrado por la remuneración, beneficios sociales y horas extras. (Ver anexo 6). El parámetro que se utilizó para el cálculo del costo es en base a los metros cuadrados correspondientes a las 50 habitaciones, puesto que permitirá establecer los costos con mayor fiabilidad en la distribución de los mismos.

Dicho valor se obtendrá de la división del Costo de la Mano de Obra Directa para el total de metros cuadrados de las 50 habitaciones, obteniendo un resultado mensual el cuál se divide para 30 días para determinar el costo diario por metro cuadrado.

$$\frac{\text{Costo de Mano de Obra Directa}}{\text{Total metros cuadrados}} = \frac{3.266.17}{806} = 4,05231991$$

$$\text{Costo Mano de Obra Directa por } m^2 \text{ mensual} = 4,05231991$$

$$\text{Costo Mano de Obra Directa por } m^2 \text{ diario} = 0,13507733$$

El costo de mano de obra directa diario se multiplica por el total de metros cuadrados de por cada tipo de las habitaciones y como resultado se obtendrá el costo total, valor que es dividido para el número de habitaciones simples, matrimoniales y triples, determinando de este modo el costo unitario por cada tipo de habitación.

Tabla 5

Mano de Obra Indirecta - Servicio de Alojamiento

TIPO DE HABITACIONES	N° DE HABITACIONES	TOTAL M2	COSTOS MOD POR DÍA	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO
SIMPLE	8	80	0,13507733	10,81	1,46
MATRIMONIAL	19	266	0,13507733	35,93	4,85
TRIPLE	23	460	0,13507733	62,14	8,39
TOTAL	50	806		108,87	14,71

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

3.6.3.3 Gastos indirectos de fabricación

Al igual que la mano de obra directa, para el cálculo de los gastos indirectos de fabricación se utilizó el parámetro del total de metros cuadrados de las 50 habitaciones, obteniendo una tasa predeterminada por metro cuadrado de cada tipo de habitación. (Ver anexo 8)

$$\frac{\text{Gastos Indirectos de Fabricación}}{\text{Total metros cuadrados}} = \frac{5.717,65}{806} = 7,0938621$$

$$\text{Tasa predeterminada mensual} = 7,0938621$$

$$\text{Tasa predeterminada diaria} = 0,2364621$$

Tabla 6

Gastos Indirectos de Fabricación - Servicio de Alojamiento

TIPO DE HABITACIONES	N° DE HABITAC.	TOTAL M2	TASA PREDETERM. POR DIA	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO
SIMPLE	8	80	0,2364621	18,92	2,36
MATRIMONIAL	19	266	0,2364621	62,90	3,31
TRIPLE	23	460	0,2364621	108,77	4,73
TOTAL	50	806		190,59	10,40

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

3.6.3.4 Hojas de costo

La hoja de costos es la que resume el valor de los materiales directos, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, una vez que han sido determinados. A continuación, se describen los costos del servicio de alojamiento por cada habitación.

Tabla 7

Hoja de costos - Habitación simple



HOJA DE COSTOS

AL 30 NOVIEMBRE 2017

SECCIÓN: ALOJAMIENTO

O/P: HABITACIÓN SIMPLE

FECHA	MPD	MOD	CIF
	1,30	1,46	2,36
TOTALES	1,30	1,46	2,36

ELEMENTOS DEL COSTO

RESUMEN

MATERIAL DIRECTO	1,30	
MANO DIRECTA	<u>1,46</u>	
COSTO PRIMO		2,76
GASTOS IND. FABRICACIÓN		2,36
COSTO TOTAL POR HABITACIÓN SIMPLE		5,12

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Tabla 9*Hoja de Costos - Habitación Matrimonial***HOJA DE COSTOS****AL 30 NOVIEMBRE 2017**

SECCIÓN: ALOJAMIENTO
HABITACIÓN
O/P: MATRIMONIAL

FECHA	MPD	MOD	CIF
	2,60	4,85	3,89
TOTALES	2,60	4,85	3,89

ELEMENTOS DEL COSTO**RESUMEN**

MATERIAL DIRECTO	2,60	
MANO DIRECTA	<u>4,85</u>	
COSTO PRIMO		7,45
GASTOS IND. FABRICACIÓN		3,89
COSTO TOTAL POR HABITACIÓN MATRIMONIAL		11,34

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Tabla 8*Hoja de costos - Habitación triple***HOJA DE COSTOS****AL 30 DE NOVIEMBRE 2017**

SECCIÓN: ALOJAMIENTO
HABITACIÓN TRIPLE
O/P:

FECHA	MPD	MOD	CIF
	3,50	8,39	5,56
TOTALES	3,50	8,39	5,56

ELEMENTOS DEL COSTO**RESUMEN**

MATERIAL DIRECTO	3,50	
MANO DIRECTA	<u>8,39</u>	
COSTO PRIMO		11,89
GASTOS IND. FABRICACIÓN		5,56
COSTO TOTAL POR HABITACIÓN TRIPLE		17,45

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

3.6.4 Determinación de precios en el servicio de alojamiento

La determinación de precios del servicio de alojamiento fue analizada y desarrollada en base a dos métodos; el punto umbral o punto de equilibrio y el costo más margen. Con el primero se pretende dar a conocer a la administración cual es el volumen de ventas que debe alcanzar para cubrir en su totalidad los costos incurridos en el servicio de alojamiento. Con el método del costo más margen se busca determinar de forma correcta los precios reales para cada tipo de habitación, tomando en cuenta que la empresa espera obtener el 75% de margen de utilidad por el servicio de alojamiento.

3.6.4.1 Método 1: Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta que permite analizar y tomar decisiones en la actividad operativa de una empresa. Este método muestra el volumen de ventas mínimos que tendrá una empresa para no perder, ni ganar; es decir no generar utilidades o llegar a un déficit. La aplicación de este método también permitirá conocer a partir de cuantas ventas una organización es rentable.

Para determinar el punto de equilibrio se debe clasificar a los costos en fijos y variables. Siendo los costos fijos aquellos que permanecen constantes en un determinado período, independientemente de la venta del servicio. Por el contrario los costos variables son aquellos que por su naturaleza varían de forma proporcional con las unidades vendidas, es decir si la venta de habitaciones aumenta; los costos variables aumentarán en la misma medida. Para el cálculo de este método es necesario recalcar que se considerara tanto costos como gastos que estén relacionados con la sección de alojamiento. Hoy en día las empresas se

apoyan en este método porque muestran por medio de su aplicación hasta qué punto puede trabajar una empresa sin perder dinero, y otro punto importante es que a través del mismo los empresarios pueden planificar las utilidades que pueden percibirse de acuerdo a las unidades producidas.

Tabla 10

Costos Fijos - Servicio de alojamiento



**COSTOS FIJOS
SECCIÓN ALOJAMIENTO
AL 30 NOVIEMBRE DEL 2017**

GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

MATERIALES INDIRECTOS

Servicios básicos	210,00
Servicio de TV Cable	214,20
Servicio de Internet	31,50
Uniformes recepcionistas	150,00
Uniformes camareras	150,00
MOI Administrador	420,00
Impuestos	1.400,00
Permiso de bomberos	1,17
Predios urbanos	97,22
Patentes municipales	35,00
Mantenimiento y reparaciones	1.225,35
Seguros y reaseguros (Primas y cesiones)	12,20
Permiso del ministerio de salud	29,17
Depreciaciones	1.166,45
Impuesto 1,5 por mil (sobre los activos totales)	13,97
OTROS GASTOS	
Sueldos	1085,00
Beneficios Sociales	316,53
Aporte patronal IESS	131,83
Honorarios y dietas	291,06
Promoción y publicidad	38,70
Combustible y lubricantes	8,60
TOTAL	7.027,95

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Tabla 11

Costos Variables - Servicio de Alojamiento



**COSTOS VARIABLES
SECCIÓN ALOJAMIENTO**

AL 30 NOVIEMBRE DEL 2017

MATERIALES DIRECTOS

Suministros y materiales de aseo 1.000,00

MANO DE OBRA DIRECTA

Camareras 1.642,17

Recepcionistas 1.624,00

GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

MATERIALES INDIRECTOS

Suministro, herramientas, materiales y repuestos 361,42

Suministros de habitaciones y pisos 200,00

TOTAL 4.827,59

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

3.6.4.2 Cálculo del punto de equilibrio: formula

$$PE, \text{ en unidades} = \frac{CFT}{PVu - CVu}$$

$$PE, \text{ en unidades} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$PE, \text{ en dólares} = \frac{CFT}{\frac{PVu - CVu}{PVu}} \text{ ó } \frac{CFT}{1 - \frac{CVu}{PVu}}$$

$$PE, \text{ en dólares} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\frac{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}{\text{Precio de Venta Unitario}}}$$

3.6.4.3 Servicio de alojamiento – Habitación simple

Total Ventas = 1.553,29

Total habitaciones vendidas = 78

Costos fijos totales = 1.124,47

Costos variables = 4.827,59

PVU = 1.553,29 / 78 = 20,00

CVU = 772,42 / 78 = 9,95

PE, en unidades = $\frac{1.124,47}{20,00 - 9,95}$

PE, en dólares = $\frac{1.124,47}{\frac{20,00 - 9,95}{20,00}}$

PE, en unidades = $\frac{1.124,47}{10,05}$

PE, en dólares = $\frac{1.124,47}{\frac{10,05}{20,00}}$

PE, en unidades = 112

PE, en dólares = 2.236,76

Tabla 12

Estado de Resultados - Aplicación del PE: habitación simple

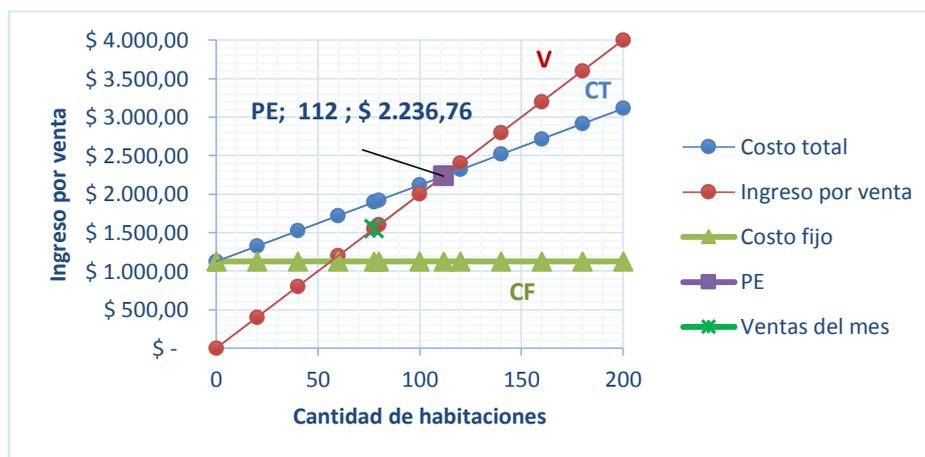
Ventas (PVU x Q):	2.236,76
(-) CV (CV x Q):	1.112,29
(-) CF	1.124,47
Utilidad neta	0,00

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Tabla 13*Cálculo del punto de equilibrio- Habitación simple*

Utilidad	Costo total	Ingreso por venta	Costo fijo
0	1.124,47	-	1.124,47
20	1.323,38	400,00	1.124,47
40	1.522,29	800,00	1.124,47
60	1.721,20	1.200,00	1.124,47
78	1.896,89	1.553,29	1.124,47
80	1.920,12	1.600,00	1.124,47
100	2.119,03	2.000,00	1.124,47
112	2.236,76	2.236,76	1.124,47
120	2.317,94	2.400,00	1.124,47
140	2.516,85	2.800,00	1.124,47
160	2.715,76	3.200,00	1.124,47
180	2.914,67	3.600,00	1.124,47
200	3.113,58	4.000,00	1.124,47

Fuente: Elaboración Propia**Elaborado por:** Borbor Pérez Lilibeth Alexandra**Gráfico 2** Punto de equilibrio – Habitación simple**Fuente:** Elaboración Propia**Elaborado por:** Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

En el gráfico se observa que, para llegar a un punto de equilibrio, en el servicio de alojamiento se debe alcanzar ventas de \$2.236,76 al vender 112 habitaciones simples aproximadamente. Al llegar al punto de equilibrio se cubrirán todos los costos, es decir un aumento en el nivel de ventas resultará un beneficio positivo para el hotel, por el contrario, una disminución producirá pérdidas. Como se

determina el total de ventas es de \$1.553,29 equivalente a 78 habitaciones vendidas, que demuestran que el hotel está por debajo del punto de equilibrio; es decir el hotel deberá vender más de 112 habitaciones para conseguir utilidad.

3.6.4.4 Servicio de alojamiento – habitación matrimonial

Total Ventas = 3.689,06

Total habitaciones vendidas = 105

Costos fijos totales = 2.670,62

Costos variables = 1.834,49

PVU = 3.689,06 / 105 = 35,00

CVU = 1.834,49 / 105 = 17,40

PE, en unidades = $\frac{2.670,62}{35,00 - 17,40}$

PE, en dólares = $\frac{2.760,62}{\frac{35,00 - 17,40}{35,00}}$

PE, en unidades = $\frac{2.670,62}{17,60}$

PE, en dólares = $\frac{2.760,62}{0,50}$

PE, en unidades = 152

PE, en dólares = 5.312,31

Tabla 14

Estado de Resultados - Aplicación del PE: habitación matrimonial

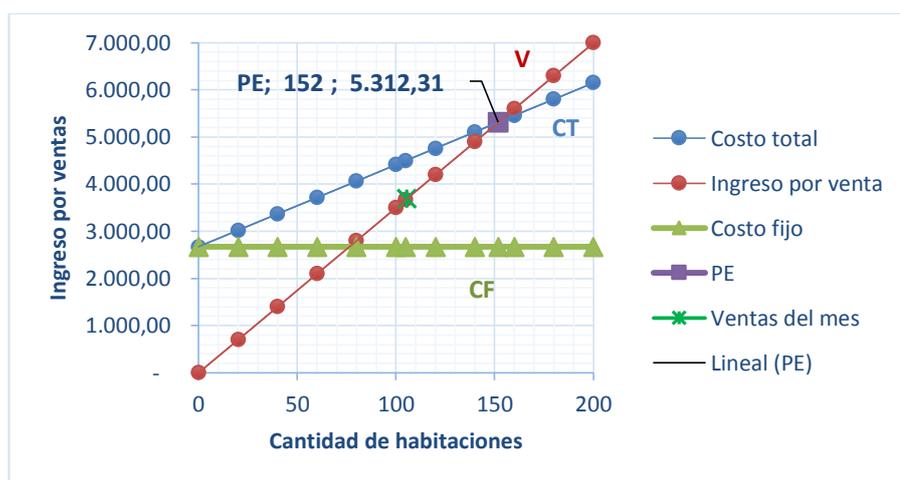
Ventas (PVU x Q):	5.312,31
(-) CV (CV x Q):	2.641,69
(-) CF	2.670,62
Utilidad neta	0,00

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Tabla 15*Cálculo del punto de equilibrio- Habitación matrimonial*

Utilidad	Costo total	Ingreso por venta	Costo fijo
0	2.670,62	0,00	2.670,62
20	3.018,71	700,00	2.670,62
40	3.366,81	1.400,00	2.670,62
60	3.714,90	2.100,00	2.670,62
80	4.063,00	2.800,00	2.670,62
100	4.411,09	3.500,00	2.670,62
105	4.498,11	3.675,00	2.670,62
120	4.759,19	4.200,00	2.670,62
140	5.107,28	4.900,00	2.670,62
152	5.312,31	5.312,31	2.670,62
160	5.455,37	5.600,00	2.670,62
180	5.803,47	6.300,00	2.670,62
200	6.151,56	7.000,00	2.670,62

Fuente: Elaboración Propia**Elaborado por:** Borbor Pérez Lilibeth Alexandra**Gráfico 3** Punto de equilibrio – Habitación matrimonial**Fuente:** Elaboración Propia**Elaborado por:** Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

En el gráfico se observa que, para llegar a un punto de equilibrio, en el servicio de alojamiento se debe alcanzar ventas de \$5.312,31 al vender 152 habitaciones matrimoniales aproximadamente. Al llegar al punto de equilibrio se cubrirán

todos los costos, es decir un aumento en el nivel de ventas resultará un beneficio positivo para el hotel, por el contrario, una disminución producirá pérdidas. Como se determina el total de ventas es de \$3.689,06 equivalente a 105 habitaciones vendidas, que demuestran que el hotel está por debajo del punto de equilibrio; es decir el hotel deberá vender más de 152 habitaciones para conseguir utilidad.

3.6.4.5 Servicio de alojamiento – habitación triple

$$\text{Total Ventas} = 4.465,70$$

$$\text{Total habitaciones vendidas} = 99$$

$$\text{Costos fijos totales} = 3.232,86$$

$$\text{Costos variables} = 2.220,69$$

$$\text{PVU} = 4.465,70 / 99 = 45,00$$

$$\text{CVU} = 2.220,69 / 99 = 22,38$$

$$\text{PE, en unidades} = \frac{3.232,86}{45,00 - 22,38}$$

$$\text{PE, en dólares} = \frac{3.232,86}{\frac{45,00 - 22,38}{45,00}}$$

$$\text{PE, en unidades} = \frac{2.371,87}{13,58}$$

$$\text{PE, en dólares} = \frac{2.371,87}{0,30}$$

$$\text{PE, en unidades} = 143$$

$$\text{PE, en dólares} = 6.430,70$$

Tabla 16

Estado de Resultados - Aplicación del PE: habitación triple

Ventas (PVU x Q):	6,430,70
(-) CV (CV x Q):	3.197,84
(-) CF	3.232,86
Utilidad neta	0,00

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Tabla 17

Cálculo del punto de equilibrio - Habitación triple

Utilidad	Costo total	Ingreso por venta	Costo Fijo
0	3.232,86	0,00	3.232,86
20	3.680,41	900,00	3.232,86
40	4,127,96	1.800,00	3.232,86
60	4,575,51	2.700,00	3.232,86
80	5.023,05	3.600,00	3.232,86
99	5.453,55	4.465,70	3.232,86
110	5.694,38	4.950,00	3.232,86
120	5.918,15	5.400,00	3.232,86
130	6.365,70	6.300,00	3.232,86
140	6.430,70	6.430,70	3.232,86
	6.813,25	6.813,25	3.232,86
180	7.260,80	8.100,00	3.232,86
200	7.708,35	9.000,00	3.232,86

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

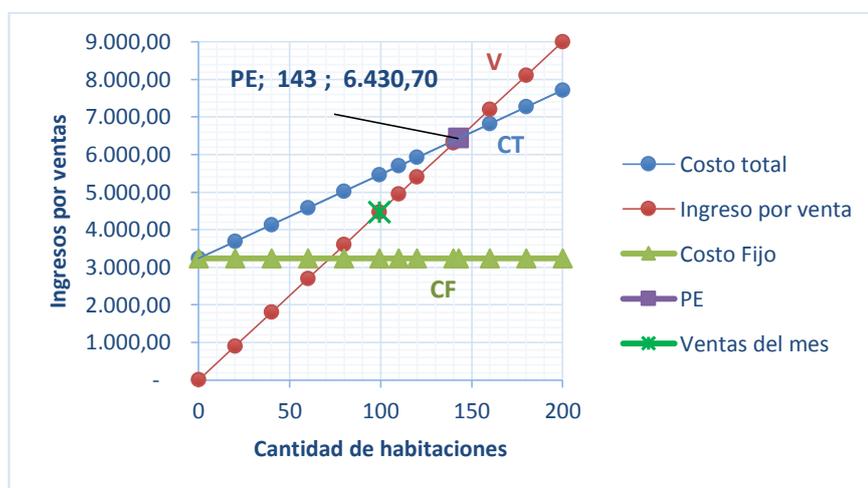


Gráfico 4 Punto de equilibrio - Habitación triple

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

En el grafico se observa que, para llegar a un punto de equilibrio, en el servicio de alojamiento se debe alcanzar ventas de \$6.430,70 al vender 143 habitaciones

triples aproximadamente. Al llegar al punto de equilibrio se cubrirán todos los costos, es decir un aumento en el nivel de ventas resultará un beneficio positivo para el hotel, por el contrario, una disminución producirá pérdidas. Como se determina el total de ventas es de \$4.465,70 equivalente a 99 habitaciones vendidas, que demuestran que el hotel está por debajo del punto de equilibrio; es decir el hotel deberá vender más de 143 habitaciones para conseguir utilidad.

3.6.4.6 Método 2: Costo más margen

Este método es aquel que fija precios a partir de sus costos con el fin de conseguir precios más justos. Es utilizado en la mayoría de las empresas debido a su fácil aplicación, pues consiste en sumar al costo el margen de utilidad esperado por la empresa. El margen de utilidad asignado para cada tipo de habitación es el mismo es decir 72% para habitación simple, matrimonial y triple.

Tabla 18

Cálculo del costo más margen

Habitación	Margen de Utilidad (m)	(1 - m / 100)	Coste (C)	Precio [C/(1 - M/100)]	PV ACTUAL	DIFER.	%
SIMPLE	75%	0,25	5,12	20,50	\$20,00	0,50	2,49%
MATRIMONIAL	75%	0,25	10,76	43,06	\$35,00	8,06	23,02%
TRIPLE	75%	0,25	16,62	66,49	\$45,00	21,49	47,75%

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

La tabla 16 presenta el cálculo del costo más margen del servicio de alojamiento del hotel Salinas, en el que muestra el 75% de margen de utilidad esperado por la empresa y el costo por habitación para posteriormente determinar el precio de venta al público. El precio establecido por la empresa de acuerdo a cada tipo de

habitación es de \$20 la habitación simple, \$35 la matrimonial y \$45 la triple, recordando que en esta última puede ser adecuada hasta para 5 personas, con el valor adicional de \$10 cada una. En referencia a los precios actuales, se observa que el precio de la habitación simple es de \$20 teniendo una diferencia de 2,49% sobre el valor del costo equivalente a \$0,50 ; por el contrario con la aplicación de este método las otras habitaciones poseen una diferencia respecto al costo más margen de utilidad; es decir la habitación matrimonial está valorada en \$35 y con la aplicación del método se encuentra en un 23,02% equivalente a \$5,51 más que el precio de venta actual; y por último la habitación triple con un precio de \$45, \$16,50 menos que el calculado en el costo más margen equivalente a 47,75%.

Conclusiones

En definitiva el presente trabajo de investigación sobre costos y precios, concluye:

1. El estudio de los rubros derivados de los elementos del costo permiten distribuir de forma adecuada la materia prima directa, costo de mano de obra y los costos indirectos de fabricación, brindando así la correcta asignación de costos en el servicio de alojamiento.
2. La distribución de los costos de mano de obra y costos indirectos de fabricación por medio de parámetros, proporciona un prorrateo idóneo por cada tipo de habitación, obteniendo como resultado la valoración adecuada en las hojas de costos.
3. Con respecto al cálculo del punto de equilibrio, se concluye en que el precio actual fijado por la empresa no favorece en la aplicación de este método, puesto que las ventas se encuentran por debajo de dicho punto. En la determinación de precio por cada tipo de habitación en el servicio de alojamiento del hotel Salinas, calculada mediante el método de costo más margen, proporciona a los propietarios del hotel precios idóneos, dado que el precio de venta actual de las habitaciones simples, matrimoniales y triples son menores en relación a los resultados obtenidos.

Recomendaciones

En referencia a la propuesta de asignación de costos y determinación de precios, la administración del hotel salinas, debe:

1. Realizar la socialización del presente trabajo con el personal administrativo y de gerencia; como modelo para la asignación de costos, para sí garantizar que los importes provenientes de los elementos del costo sean asignados correctamente y los precios de las habitaciones simples, matrimoniales o triples sean determinados con exactitud.
2. Efectuar el prorrateo de la mano de obra directa y costos indirectos de fabricación considerados como parte del costos, por medio de metros cuadrados de acuerdo a cada tipo de habitación; proporcionando al hotel la asignación adecuada de los mismos y así contribuyendo al manejo de documentos idóneos para la distribución de costos y determinación de precios.
3. Finalmente se recomienda a la administración del hotel Salinas utilizar el punto de equilibrio como una herramienta financiera, puesto que permite a la gerencia tomar decisiones oportunas cuando las ventas estén por debajo de este punto. Y, por último, en referencia al segundo método aplicado se sugiere reconsiderar la manera de fijar precios, ya que el resultado refleja tarifas en un 73,26% más que el precio de venta actual de las habitaciones simples, matrimoniales y triples, manteniendo sus precios por debajo de los competidores.

Bibliografía

- Altahona Quijano, T. (2009). *Libro práctico de contabilidad de costos*. Bucaramanga: Porter Ediciones.
- Arredondo González, M. M. (2015). *Contabilidad y análisis de costos* (Segunda Edición ed., Vol. II). Azcapotzalco, México: Grupo Editorial Patria S.A.
- Azeglio, A., Barreto, A., & Zanchetti, W. (2015). Yield Management en Hotelería. En A. Azeglio, A. Barreto, & W. Zanchetti, *Yield Management en Hotelería* (Primera Edición ed., Vol. I, págs. 182-184). Buenos Aires, Argentina: Ediciones Turísticas.
- Bañez Ramirez, D., Correa Saavedra, A., Guerrero Tmariz, D., Maguiña Perfecto, H., Muñoz Gómez, A., & Rojas Paucar, E. (2015). *Slideshare*. Recuperado el 10 de Marzo de 2017, de <https://es.slideshare.net/veronicaelizabethvelasquezbustamante3/la-filosofa-financiera-y-su-relacin-con-la-filosofa-contable>
- Berrío Guzmán, D., & Castrillón Cifuentes, J. (2010). *Costos para gerenciar Organizaciones manufactureras, comerciales y de servicios* (Segunda Edición ed., Vol. II). Barranquilla, Colombia: Ediciones Uninorte.
- C. Kinnear, T., & R. Taylor, J. (s.f.). *Investigación de Mercado Un enfoque aplicado* (Tercera ed., Vol. III). Michigan: McGRAW-HILL.
- Calleja, F. (2013). *Costos* (Segunda ed.). Monterrey, México: Person.
- Casigne, E. (1980). *Diseño e implementación de un sistema de costos*. (I. M. Públicos, Ed.) México.
- Chambergó, I. (2015). Proceso de aplicación de costos a los servicios hoteleros. *Actualidad empresarial*, IV(332).
- Chávez, N., Romero, A., & Álvarez, G. (2017). Actualidad y proyecciones de desarrollo del turismo internacional en Ecuador. *Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 4.
- Chiavenato, I. (2003). *Administración en los nuevos tiempos* (Primera ed., Vol. I). (G. Villamizar, Trad.) Colombia: McGraw-Hill.
- Colin, J. G. (2008). *Contabilidad de Costos* (Tercera Edición ed., Vol. III). (R. Alejandro, J. Chacón, & E. Zuñiga, Edits.) México: McGraw-Hill Interamericana.
- Cuevas Villegas, C. F. (2010). *Contabilidad de Costos: Enfoque gerencial y de gestión* (Vol. III). (O. F. Palma, Ed.) Bogotá, Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Feijóo, J. L. (2009). *Alimentos y Bebidas; Su gerenciamiento en hoteles y restaurantes*. México: LECTORUM S.A.
- Feijóo, J. L., Rodríguez, S., & García, M. L. (2012). El planeamiento estratégico en hotelería. En J. L. Rodríguez, *El planeamiento estratégico en hotelería* (Primera Edición ed., Vol. I). Argentina: Ugerman Editor.
- Garbey Chacón, N. (2009). *Sistemas de contabilidad y costos en las empresas hoteleras*. El Cid Editor | Apuntes. Obtenido de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/upsesp/detail.action?docID=3182143>.

- García, M., & Arrubla, M. (2016). Fijación de los precios en alojamientos rurales en el departamento del Quindío. *Revista Contexto*, 5, 173-181.
- Garrison, R., Noreen, E., & Brewer, P. (2007). *La contabilidad administrativa y el entorno empresarial* (Vol. Undecima edición). Mexico: McGraw-Hill.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2007). *Administración de costos: Contabilidad y Control* (Quinta Edición ed.). (J. Arellano Gutiérrez, J. T. Pérez Bonilla, Edits., & É. M. Borneville, Trad.) Santa Fé, México: Cengage Learning Editores, S.A.
- Izaguirre Sotomayor, M. H. (2015). Gestión y Marketing de Servicios Turísticos y Hoteleros. En M. H. Izaguirre Sotomayor, & N. S.L.L. (Ed.), *Gestión y Marketing de Servicios Turísticos y Hoteleros* (Segunda Edición ed., Vol. II, págs. 146-149). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Juárez, N. d. (2001). *Contabilidad de Costos*. México: Prentice Hall.
- Lazo Palacios, M. (2013). *Contabilidad de Costos 2*. Lima, Perú.
- Lazo Palacios, M. (2013). *Contabilidad de costos I* (Primera ed., Vol. I). Perú: Centro de Producción de Materiales Académicos CEPMA.
- Ley de Turismo. (29 de Diciembre de 2014). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Limas, S. (2011). *Marketing empresarial: Dirección como estrategia competitiva*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Martín, R., & Moreno, J. (2014). Una aproximación holística a la determinación y gestión de precios en las compañías hoteleras. *Innovar Journal*, 24(51), 45-60.
- MINTUR, M. d. (2016). *Rendición de Cuentas 2016*. Obtenido de http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/RENDICIO%CC%81N-DE-CUENTAS-2016_final.pdf
- Morillo, M., & Casas, S. (2014). Costos de los servicios prestados por los hoteles tres estrellas del municipio Libertador del estado de Mérida. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 168-178.
- Muñiz, R. (2010). Marketing en el siglo XXI. (Quinta). Estados Unidos: Centro de Estudios Financieros. Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/punto-muerto-o-umbral-de-rentabilidad-49.htm>
- Padilla, D. N. (2008). *Contabilidad Administrativa* (Octava Edición ed.). (J. Mares Chacón, & M. Rocha Martínez, Edits.) Santa Fe, México: McGraw-Hill Interamericana. doi:C.P. 01376, México, D.F.
- Porres, U. S. (11 de Marzo de 2017). *virtual.usmp.edu.pe/blogs*. Obtenido de Artículos de interés: <http://virtual.usmp.edu.pe/blogs/ID/103>
- Reglamento General a la Ley de Turismo. (2015 de Enero de 2015). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
- Rivas, J. (2012). Organización y administración de empresas turísticas. En J. R. García, *Organización, Gestión y Creación de Empresas Turísticas*. España: Septem Ediciones.
- Rodríguez Vera, R. (2012). *Costos aplicados en hotelería, alimentos y bebidas* (Cuarta Edición ed.). Bogotá, Colombia: ECOE EDICIONES.

- Rodríguez, O., Grzabel, V., & Noguez, L. (2012). Determinación de precios en la industria de la hotelería. *Revista del Instituto Internacional de Costos*, 217-219.
- Rosa Díaz, I. M., Rondán Cataluña, J. F., & Díez de Castro, C. E. (2013). *Gestión de precios* (Sexta Edición ed.). España: ESIC EDITORIAL.
- Sinisterra, G. V. (2006). *Contabilidad de Costos*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Torres, A., & Cuevas, I. (2012). Determinación de precios en la Industria de la Hotelería. *Revista del Instituto Internacional de Costos*.
- Van, S. (2014). *Research Methods in Public Administration and Public Management*. New York: Routledge.

Anexo 1
Matriz de Consistencia

Título	Problema	Tareas Científicas	Idea a defender	Variables	Indicadores
Asignación de costos y determinación de precios del servicio de alojamiento en el hotel Salinas cantón Salinas, año 2017.	Problema	General	La asignación de costos afecta la determinación de precios del servicio de alojamiento en el Hotel Salinas, año 2017.	Variable independiente: Costos	Materia Prima Mano de Obra Costos indirectos de fabricación De acuerdo a su identificación De acuerdo a su comportamiento frente al nivel de actividad Por procesos Por órdenes de producción Costo estándar Orden de servicio
	¿Cómo afecta la asignación de costos en la determinación de precios del servicio de alojamiento en el hotel Salinas, año 2017?	Establecer los costos del servicio de alojamiento mediante la aplicación de métodos contables para la determinación de precios en el hotel Salinas.			
	Sistematización del problema	Específicas			
	1. ¿Cuáles son los elementos del costo que participan en el servicio de alojamiento? 2. ¿Cómo se asignan los costos para determinar los precios del servicio de alojamiento? 3. ¿Cómo se determinan los precios en el servicio de alojamiento en el hotel Salinas?	a) Identificar los elementos del costo que participan en el servicio de alojamiento del hotel Salinas. b) Asignar costos al servicio de alojamiento del hotel Salinas. c) Determinar precios en el servicio de alojamiento del hotel Salinas.		Variable dependiente: Precios	Factores Internos Factores externos Política de descuento fijo Política de descuento temporal Precios de costo más margen Precio basado en el punto de equilibrio Precios basados en la demanda Precios basados en la competencia Precios basados en los costes

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 2

Matriz de Operacionalización - Variable independiente

IDEA A DEFENDER	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
La asignación de costos afecta la determinación de precios del servicio de alojamiento en el Hotel Salinas, año 2017.	Variable independiente: Costos	El costo de la operación de un hotel o a su vez de la prestación de un servicio sea este de alojamiento, alimentación u otros servicios complementarios puede definirse como término monetario suministrado en la atención de los clientes. Entonces, el costo de la operación de un hotel, es la prestación de sus servicios, puede definirse como la expresión monetaria de los recursos empleados para atender a los huéspedes y usuarios de los servicios que brinda el hotel. (Feijó, 2009)	Elementos del costo	Materia Prima Mano de Obra Costos indirectos de fabricación	¿Cuáles son los materiales directos que intervienen en el servicio de alojamiento de acuerdo al tipo de habitación? ¿Con base a que parámetros se aplican los costos del personal del servicio de alojamiento? ¿Qué rubros se consideran como costos indirectos de fabricación en el servicio de alojamiento?	Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista dirigida al gerente del Hotel Salinas.
			Clasificación del costo	De acuerdo a su identificación De acuerdo a su comportamiento frente al nivel de actividad	¿Conoce usted los costos y gastos en los que incurre el hotel, con respecto al servicio de alojamiento? ¿Cuáles son?	
			Sistema de costos	Por procesos Por órdenes de producción Costo estándar Orden de servicio	¿Cuál es el sistema que emplea en el hotel para asignar los costos del servicio de alojamiento? ¿Cree usted que el contar con un modelo de costes hoteleros le permitirá disponer de información real para determinar los costos en cada periodo contable?	

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 3

Matriz de operacionalización - Variable dependiente

La asignación de costos afecta la determinación de precios del servicio de alojamiento en el Hotel Salinas, año 2017.	Variable dependiente: Precios	El precio de los servicios turísticos u hoteleros es el valor de intercambio o de mercado que la empresa asigna al producto y/o servicio por el total de beneficios genéricos que resulta de su uso y/o empleo específico. (Feijoó, 2009)	Factores para determinar precios	Factores Internos Factores externos	¿Qué factores usted considera principales para fijar los precios del servicio de alojamiento? ¿Realiza sondeos de precios promociones de los hoteles de la competencia?	Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista dirigida al gerente del Hotel Salinas.
			Políticas de precios	Política de descuento fijo Política de descuento temporal	¿Qué estrategias de ventas aplica para generar más ingresos respecto al servicio de alojamiento?	
			Técnicas de precios	Precios de costo más margen Precio basado en el punto de equilibrio	¿Qué método utiliza el hotel para la determinación de precios del servicio de alojamiento? ¿Los precios fijados en el servicio de alojamiento permiten alcanzar los objetivos empresariales por el hotel?	
			Estrategias para determinar precios	Precios basados en la demanda Precios basados en la competencia Precios basados en los costes	¿Qué ventaja competitiva ofrece en su servicio respecto a los demás hoteles del sector? ¿El precio de venta fijado para el servicio de alojamiento es competitivo en relación con la competencia?	

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 4

Entrevista - Gerente



ENTREVISTA UNIVERSIDAD ESTATAL “PENÍNSULA DE SANTA ELENA”



Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera Contabilidad y Auditoría

Entrevistado: Gerente

Unidad de análisis: Hotel Salinas

Objetivo: Identificar aspectos relacionados con el funcionamiento, costos y gastos de la empresa para el desarrollo del tema de titulación: Asignación de costos determinación de precios en el servicio de alojamiento del Hotel Salinas, Cantón Salinas, año 2017.

GUÍA DE PREGUNTAS

1. ¿Hace cuánto ejerce el cargo de la administración del Hotel Salinas?
2. ¿Cuáles son las funciones principales que desempeña como gerente?
3. ¿Con cuánto personal dispone para realizar las actividades de la empresa?
4. ¿Conoce usted los costos y gastos en los que incurre el hotel, con respecto al servicio de alojamiento? Si su respuesta es afirmativa, ¿Cuáles son?
5. ¿Qué informes recibe la gerencia respecto a los del hotel?
6. ¿Conoce usted los principales competidores de su negocio, las estrategias y las tarifas que utilizan?
7. ¿Cuáles son los materiales directos que intervienen en el servicio de alojamiento de acuerdo al tipo de habitación?
8. ¿Con base a qué parámetros se aplican los costos del personal del servicio de alojamiento?
9. ¿Qué rubros se consideran como costos indirectos de fabricación en el servicio de alojamiento?

10. ¿Cuál es el sistema que emplea en el hotel para asignar los costos del servicio de alojamiento?
11. ¿Qué factores usted considera principales para fijar los precios del servicio de alojamiento?
12. ¿Qué método utiliza el hotel para la determinación de precios del servicio de alojamiento?
13. ¿Qué estrategias de ventas aplica para generar más ingresos respecto al servicio de alojamiento?
14. ¿El precio de venta fijado para el servicio de alojamiento es competitivo en relación con la competencia?
15. ¿Cree usted que el precio de venta fijado al servicio de hospedaje es adecuado?
16. ¿Los precios fijados en el servicio de alojamiento permiten alcanzar los objetivos empresariales por el hotel?
17. ¿Realiza sondeos sobre precios y promociones de los hoteles de la competencia?
18. ¿Qué ventaja competitiva ofrece en su servicio respecto a los demás hoteles del sector?
19. ¿Quiénes son las personas encargadas de la toma de decisiones?
20. ¿Recibe asesoría externa con respecto a la administración de los servicios hoteleros?
21. ¿Cree usted que el contar con un modelo de costes hoteleros le permitirá disponer de información real para determinar los costos en cada periodo contable?

Anexo 5
Estado de Resultados Integrales



ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES
AL 31 DICIEMBRE DEL 2017

Ingresos

Ingresos Operacionales

Habitaciones	9.708,05
Alimentos y bebidas	4.160,59
Total Ingresos	13.868,65

Costos

Habitaciones	9.983,82
Alimentos y bebidas	4.689,59
Total Costos	14.673,20
Utilidad Bruta	-804,56

Costos por departamentos

Habitaciones

Sueldos	2.315,14
Beneficios sociales	669,74
Aporte patronal IESS	281,29
Depreciación de Muebles y enseres	675,90
Depreciación de edificio	224,59
Depreciación equipo de computo	72,72
Depreciación equipo hotelero e instalaciones	193,24
Servicios básicos	210,00
Suministro y materiales de aseo	1.000,00
Suministro de habitaciones y pisos	200,00
Suministro , herramientas materiales y repuestos	361,42
MOI Administrador	420,00
Uniformes recepcionistas	150,00
Uniformes camareras	150,00
Mantenimiento y reparaciones	1.225,35
Impuestos	1.400,00
Impuesto 1,5 por mil (sobre los activos totales)	13,97
Permiso de bomberos	1,17
Predios Urbanos	97,22
Patentes municipales	35,00

Permiso del ministerio de salud	29,17
Servicio de TV cable	214,20
Servicio de Internet	31,50
Seguros y rea seguros (Primas y cesiones)	12,20
Total costo - habitaciones	9.983,82
Alimentos y bebidas	
Sueldos	750,00
Beneficios sociales	218,73
Aporte patronal IESS	91,13
Depreciación de Muebles y enseres	289,67
Depreciación de edificio	96,25
Depreciación equipo de computo	31,17
Depreciación equipo hotelero e instalaciones	82,82
Depreciación de vehículo	457,69
Servicios básicos	90,00
Suministro , herramientas materiales y repuestos	154,90
Suministro de alimentos y bebidas	600,00
MOI Administrador	180,00
Uniformes mesero	150,00
Uniformes cocinero	150,00
Mantenimiento y reparaciones	525,15
Impuestos	600,00
Impuesto 1,5 por mil (sobre los activos totales)	5,99
Permiso de bomberos	0,50
Predios Urbanos	41,67
Patentes municipales	15,00
Permiso del ministerio de salud	12,50
Servicio de TV cable	127,50
Servicio de Internet	13,50
Seguros y rea seguros (Primas y cesiones)	5,23
Gastos	
Sueldos administrativos	1.550,00
Beneficios Sociales	452,19
Aporte patronal	188,33
Honorarios y dietas	415,80
Promoción y publicidad	55,29
Combustible y lubricantes	12,28
Total Gastos	2.673,89
Utilidad o pérdida	-3.478,44

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 6
Costo mano de obra directa

COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA							
Servicio de alojamiento	Ingresos	Aporte patronal	Fondo de reserva	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	Total costo mano de obra
CAMARERAS							
Camareras 1	397,52	48,30	33,11	33,13	31,25	16,56	559,87
Camareras 2	384,65	46,73	32,04	32,05	31,25	16,03	542,76
Camareras 3	382,24	46,44	31,84	31,85	31,25	15,93	539,55
SUBTOTAL	1.164,40	141,48	96,99	97,03	93,75	48,52	1.642,17
RECEPCIÓN							
Recepcionista 1	400,73	48,69	33,38	33,39	31,25	16,70	564,15
Recepcionista 2	375,00	45,56	31,24	31,25	31,25	15,63	529,93
Recepcionista 3	375,00	45,56	31,24	31,25	31,25	15,63	529,93
SUBTOTAL	1.150,73	139,81	95,86	95,89	93,75	47,95	1.624,00

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 7
Rol de pagos

N°	Nombres y Apellidos	INGRESOS			Total ingresos	DEDUCCIONES		Total deducciones	Líquido a Recibir
		Sueldo	HS	HE		Aporte Personal	Anticipos		
ADMINISTRACIÓN									
1	Gerente	1.000,00	-	-	1.000,00	93,50	-	93,50	906,50
2	Administradora	600,00	-	-	600,00	56,10	-	56,10	543,90
3	Contador	550,00	-	-	550,00	51,43	-	51,43	498,58
	SUBTOTAL	2.150,00	-	-	2.150,00	201,03	-	201,03	1.948,98
RECEPCIÓN									
4	Recepcionista 1	375,00	9,65	16,08	400,73	35,06	-	35,06	365,67
5	Recepcionista 2	375,00	-	-	375,00	35,06	25,00	60,06	364,94
6	Recepcionista 3	375,00	-	-	375,00	35,06	-	35,06	339,94
	SUBTOTAL	1.125,00	9,65	16,08	1.150,73	105,19	25,00	130,19	1.020,55
CAMARERAS									
7	Camareras 1	375,00	-	22,52	397,52	35,06	25,00	60,06	337,45
8	Camareras 2	375,00	9,65	-	384,65	35,06	25,00	60,06	349,59
9	Camareras 3	375,00	7,24	-	382,24	35,06	-	35,06	347,18
	SUBTOTAL	1.125,00	16,89	22,52	1.164,40	105,19	50,00	155,19	1.009,22
ALIMENTOS Y BEBIDAS									
10	Mesero	375,00	-	-	375,00	35,06	30,00	65,06	309,94
11	Chef 1	375,00	-	-	375,00	35,06	-	35,06	339,94
	SUBTOTAL	750,00	-	-	750,00	70,13	30,00	100,13	649,88
	TOTALES	5.150,00	26,54	38,60	5.215,14	481,53	105,00	586,53	4.628,61

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 8
Provisiones Sociales

N°	Cargo	Total Ingresos	IESS		PROVISIONES			Total
			Aporte patronal	Fondo de reserva	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	
ADMINISTRACIÓN								
1	Gerente	1.000,00	121,50	83,30	83,33	31,25	41,67	361,05
2	Administradora	600,00	72,90	49,98	50,00	31,25	25,00	229,13
3	Contadora	550,00	66,83	45,82	45,83	31,25	22,92	212,64
SUBTOTAL		2.150,00	261,23	179,10	179,17	93,75	89,58	802,82
HABITACIÓN								
4	Recepcionista	400,73	48,69	33,38	33,39	31,25	16,70	163,41
5	Recepcionista	425,00	45,56	31,24	35,42	31,25	15,63	154,93
6	Recepcionista	375,00	45,56	31,24	31,25	31,25	15,63	154,93
7	Camareras	397,52	48,30	33,11	33,13	31,25	16,56	162,35
8	Camareras	384,65	46,73	32,04	32,05	31,25	16,03	158,11
9	Camareras	382,24	46,44	31,84	31,85	31,25	15,93	157,31
SUBTOTAL		2.315,14	281,29	281,29	192,93	187,50	99,59	951,03
ALIMENTOS Y BEBIDAS								
10	Mesero	375,00	45,56	31,24	31,25	31,25	15,63	154,93
11	Chef 1	375,00	45,56	31,24	31,25	31,25	15,63	154,93
SUBTOTAL		750,00	91,13	62,48	62,50	62,50	31,25	309,85
TOTALES		5.290,14	633,64	633,64	434,59	343,75	217,30	2.063,70

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 9
Gastos indirectos de fabricación



GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

SECCIÓN ALOJAMIENTO

AL 30 NOVIEMBRE DEL 2017

GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

MATERIALES INDIRECTOS

Servicios básicos	210,00
Servicio de TV Cable	214,20
Servicio de Internet	31,50
Suministro, herramientas, materiales y repuestos	361,42
Suministros de habitaciones y pisos	200,00
Uniformes recepcionistas	150,00
Uniformes camareras	150,00
MOI Administrador	420,00
Impuestos	1.400,00
Impuesto 1,5 por mil (sobre los activos totales)	13,97
Permiso de bomberos	1,17
Predios urbanos	97,22
Patentes municipales	35,00
Mantenimiento y reparaciones	1.225,35
Seguros y reaseguros (Primas y cesiones)	12,20
Permiso del ministerio de salud	29,17
Depreciaciones	1.166,45
TOTAL	5.717,65

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 10

Metros cuadrados por habitación

METROS CUADRADOS POR HABITACIÓN			
Tipo De Habitaciones	N° De Habitaciones	Metros Cuadrados	Total Metros Cuadrados
SIMPLE	8	10	80
MATRIMONIAL	19	14	266
TRIPLES	23	20	460
TOTAL	50	44	806

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 11

Habitaciones vendidas al 30 Noviembre de 2017

Ingresos Por Habitaciones	Habitación	P.U.	% Por N° De Habit.	Total Habitaciones \$	Rotación de habitaciones ocupadas por huéspedes
9.708,05	SIMPLE	\$ 20,00	16%	1553,29	78
	MATRIMONIAL	\$ 35,00	38%	3689,06	105
	TRIPLE	\$ 45,00	46%	4465,70	99
			100%	9708,05	282

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 12

Capacidad de habitaciones por día

Habitación	N° de camas	N° de habitaciones	Capacidad por Habitaciones
SIMPLE	1	8	8
MATRIMONIAL	2	19	38
TRIPLE	5	23	115
			161

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 13
Equipamiento de habitaciones

Equipamiento de habitaciones					
Tipo de habitaciones	N° de habitaciones	Camas individuales	Tv	A/c	Teléfono
SIMPLE	8	1	8	8	8
MATRIMONIAL	19	2	19	19	19
TRIPLES	23	3	23	23	23
TOTAL	50	6	50	50	50

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 14
Costo Fijo por habitación

Costo Fijo Total	Habitación	N° De Habitaciones	Costo Fijo Por Habitación	CF Unitario
6.778,63	SIMPLE	16%	1.084,58	13,96
	MATRIMONIAL	38%	2.575,88	24,44
	TRIPLE	46%	3.118,17	31,42
		100%	6.778,63	

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 15
Costo variable por habitación

Costo Variable Total	Habitación	N° De Habitaciones	Costo Variable Por Habitación	CV Unitario
5.156,23	SIMPLE	16%	825,00	14,54
	MATRIMONIAL	38%	1.959,37	25,45
	TRIPLE	46%	2.371,87	32,72
		100%	5.156,24	

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 16
Precios competencia

Tipo de habitaciones	Precio propuesta	Precios competencia	
	Hotel Salinas	Hotel Casa Blanca Salinas	Hotel Greenfield
SIMPLE	\$ 20.50	\$ 30.00	\$ 25.00
MATRIMONIO	\$ 43.06	\$ 45.00	\$ 40.00
TRIPLES	\$ 66.49	\$ 70.00	\$ 50.00

Fuente: Página web, expdia.com

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 17
Depreciación de activos fijos

BIEN	VIDA ÚTIL	MONTO	VALOR RESIDUAL	SUBTOTAL	DEP. ANUAL	DEP. MENSUAL	DEP. ALOJAMIENTO	DEP. ALIMENTOS Y BEBIDAS
Muebles y enseres	10	128.742,51	12.874,25	115.868,26	11.586,83	965,57	675,90	289,67
Equipo de computo	3	4.155,61	415,56	3.740,05	1.246,68	103,89	72,72	31,17
Vehículo	5	30.512,99	3.051,30	27.461,69	5.492,34	457,69	-	457,69
Edificio	20	85.558,61	8.555,86	77.002,75	3.850,14	320,84	224,59	96,25
Equipo hotelero e instalaciones	10	36.807,93	3.680,79	33.127,14	3.312,71	276,06	193,24	82,82

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 18
Clase de alojamientos

DISTRIBUCIÓN POR CLASE DE ALOJAMIENTO				
CANTÓN SALINAS - 2016				
SUBACTIVIDAD	REGISTROS	HAB.	CAMAS	PLAZAS CAMAS
CAMPAMENTO TURÍSTICO	1	4	4	8
CASA DE HUÉSPEDES	1	7	25	29
HOSTAL	48	856	1383	2507
HOSTAL RESIDENCIA	7	114	259	406
HOSTERÍA	6	74	132	177
HOTEL	26	1251	2249	4028
HOTEL APARTAMENTO	2	51	145	193
HOTEL RESIDENCIA	3	182	367	528
PENSIÓN	25	241	453	678
TOTAL GENERAL	119	2780	5017	8554

Fuente: (MINTUR, 2016)

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 19

Categorías de alojamiento

DISTRIBUCIÓN POR CATEGORÍA DE ALOJAMIENTO		
CANTÓN SALINAS - 2016		
REGISTROS		HAB.
ÚNICA	1	7
5 ESTRELLAS O LUJO	1	100
4 ESTRELLAS O PRIMERA	15	307
3 ESTRELLAS O SEGUNDA	37	941
2 ESTRELLAS O TERCERA	53	1175
1 ESTRELLA O CUARTA	12	250
TOTAL GENERAL	119	2780

Fuente: (MINTUR, 2016)

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 20

Presupuesto

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	TOTAL
4	Resmas de hojas	4,50	18,00
2	Tinta	60,00	120,00
1	Impresora	250,00	250,00
600	Copias	0,03	18,00
	Movilización		150,00
	TOTAL		556,00

Fuente: Hotel Salinas

Elaborado por: Borbor Pérez Lilibeth Alexandra

Anexo 21

Entrevista



Gerente Propietario del hotel Salinas

