



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y  
FINANCIERAS

TESIS

LA GESTIÓN DE COSTOS Y SU EFECTO EN LA TOMA DE  
DECISIONES PARA LA FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA EN LA  
EMPRESA “EL AS” SERVICIOS GENERALES E.I.R.L. DE  
CAJAMARCA, 2017

PRESENTADO POR:

YOVANY ROCÍO VÁSQUEZ MEDINA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR

Cajamarca, diciembre del 2018

## **DEDICATORIA**

A Dios por ser mi fuente de inspiración y porque guía toda mi vida por el camino del bien

A mis padres por sus sabios y permanentes consejos para lograr mis sueños.

A toda mi familia y amigos por su constante apoyo moral para cumplir con mi Carrera profesional

**Rocío**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por haberme guiado por el camino de la inteligencia y sabiduría, agradezco por iluminar mi camino de vida para poder seguir adelante, agradezco su guía incondicional.

En segundo lugar, y no menos importante agradezco a cada uno de los que son parte de mi gran familia, al mismo tiempo a todos mis queridos docentes de la Universidad Alas Peruanas que compartieron sus sabias enseñanzas durante mi paso por las aulas universitarias y a mis asesores en esta etapa de culminación de mi carrera profesional por las correcciones acertadas para la mejora de mi tesis y a todas aquellas personas que de una u otra forma, colaboraron en la culminación de este estudio, hago extensivo mi más sincero y gratitud.

Y finalmente, al propietario de empresa “EL AS” por permitirme recopilar la información para realizar mi investigación.

**Rocío**

## **RECONOCIMIENTO**

A la Universidad por permitirme cursar mis estudios de Ciencias Contables y Financieras en mi localidad y de esta manera pueda cumplir mi sueño de ser una profesional.

A la coordinadora de la Escuela por su apoyo incondicional y paciencia

**Rocío**

## **ÍNDICE**

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RECONOCIMIENTO	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	xi
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	1
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	1
1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.2.1. DELIMITACIÓN ESPACIAL	2
1.2.2. DELIMITACIÓN SOCIAL	2
1.2.3. DELIMITACIÓN TEMPORAL	2
1.2.4. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL	2
1.3. PROBLEMAS DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.3.1. PROBLEMA PRINCIPAL	3
1.3.2. PROBLEMAS SECUNDARIOS	3
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	3
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
1.5. HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.5.1. HIPÓTESIS GENERAL	4
1.5.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	4
1.5.3. VARIABLES	4
a) DEFINICIÓN CONCEPTUAL	4
b) DEFINICIÓN OPERACIONAL	4
1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.6.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	5
a) TIPO DE INVESTIGACIÓN	5
b) NIVEL DE INVESTIGACIÓN	5
1.6.2. MÉTODO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	5
a) MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	5

b) DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	6
1.6.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	6
a) POBLACIÓN	6
b) MUESTRA	7
1.6.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	7
a) TÉCNICAS	7
b) INSTRUMENTOS	7
1.6.5. JUSTIFICACIÓN, IMPORTANCIA Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	7
a) JUSTIFICACIÓN	7
b) IMPORTANCIA	8
c) LIMITACIONES	8
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	9
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	9
2.2. BASES TEÓRICAS	11
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	21
CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	23
3.1. ANÁLISIS DE TABLAS Y FIGURAS	23
CONCLUSIONES	46
RECOMENDACIONES	47
FUENTES DE INFORMACIÓN	48
ANEXOS	49
Anexo 1. Encuestas a trabajadores	50
Anexo 2. Matriz de consistencia	53

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Costos de combustible	06
Tabla 2: Población	20
Tabla 3: ¿Conoce Ud. que es gestión de costos?	23
Tabla 4: ¿Cree Ud. que la gestión de costos es importante?	24
Tabla 5: ¿Conoce Ud. que es un costo?	25
Tabla 6: ¿Conoce Ud. que es un costo de compras?	26
Tabla 7: ¿Cómo calcula Ud. el costo de compras?	27
Tabla 8: ¿Conoce Ud. que es un costo de ventas?	28
Tabla 9: ¿Cómo calcula Ud. el costo de ventas?	29
Tabla 10: ¿Conoce Ud. que es un costo de transporte?	30
Tabla 11: ¿Cómo calcula Ud. el costo de transporte?	31
Tabla 12: ¿Cómo calcula Ud. el costo de transporte?	32
Tabla 13: ¿Conoce Ud. que es un gasto de administración?	33
Tabla 14: ¿Conoce Ud. que es un gasto de ventas?	34
Tabla 15: ¿Conoce Ud. que es un gasto financiero?	35
Tabla 16: ¿Cómo calcula Ud. sus gastos?	36
Tabla 17: ¿Cree Ud. que la gestión de costos es importante para tomar decisiones para fijar el precio de ventas?	37
Tabla 18: ¿Conoce Ud. que es toma de decisiones?	38
Tabla 19: ¿Toma de decisiones respecto a la fijación de su precio de venta?	39
Tabla 20: ¿Cómo calcula el precio de venta?	40
Tabla 21: ¿Cuál de los siguientes aspectos cree Ud. que conforman el precio de venta?	41
Tabla 22 ¿Cree Ud. que el precio de venta es importante para la empresa?	42
Tabla 23: ¿Investiga Ud. el precio de mercado para fijar el precio de venta de sus productos?	43

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: ¿Conoce Ud. que es gestión de costos?	24
Figura 2: ¿Cree Ud. que la gestión de costos es importante?	25
Figura 3: ¿Conoce Ud. que es un costo?	26
Figura 4: ¿Conoce Ud. que es un costo de compras?	27
Figura 5: ¿Cómo calcula Ud. el costo de compras?	28
Figura 6: ¿Conoce Ud. que es un costo de ventas?	29
Figura 7: ¿Cómo calcula Ud. el costo de ventas?	30
Figura 8: ¿Conoce Ud. que es un costo de transporte?	31
Figura 9: ¿Cómo calcula Ud. el costo de transporte?	32
Figura 10: ¿Cómo calcula Ud. el costo de transporte?	33
Figura 11: ¿Conoce Ud. que es un gasto de administración?	34
Figura 12: ¿Conoce Ud. que es un gasto de ventas?	35
Figura 13: ¿Conoce Ud. que es un gasto financiero?	36
Figura 14: ¿Cómo calcula Ud. sus gastos?	37
Figura 15: ¿Cree Ud. que la gestión de costos es importante para tomar decisiones para fijar el precio de ventas?	38
Figura 16: ¿Conoce Ud. que es toma de decisiones?	39
Figura 17: ¿Toma de decisiones respecto a la fijación de su precio de venta?	40
Figura 18: ¿Cómo calcula el precio de venta?	41
Figura 19: ¿Cuál de los siguientes aspectos cree Ud. que conforman el precio de venta?	42
Figura 20: ¿Cree Ud. que el precio de venta es importante para la empresa?	43
Figura 21: ¿Investiga Ud. el precio de mercado para fijar el precio de venta de sus productos?	44

## RESUMEN



La investigación buscó identificar el efecto de la gestión de costos en la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa “EL AS” servicios generales E.I.R.L. de Cajamarca, 2017, que tiene como hipótesis que la gestión de costos tiene un efecto directo en la toma de decisiones para la fijación del precio de venta de la empresa “EL AS” servicios generales de Cajamarca, 2017, lo cual se puede contrastar en relación con los resultados que indican que la gestión de costos tiene un desarrollo bajo en la empresa ya que no se determina de una manera técnica y profesional lo cual ocasiona muchas falencias, y efectos negativos en la toma de decisiones para la fijación del precio de venta, porque ya que los precios se fijan por imitación en base a los precios de mercado, lo cual no es correcto. (Flores, J. 2009, p.99)

Esto ocasiona un panorama incierto en la empresa, porque no se sabe a ciencia cierta si se está ganando o perdiendo realmente.

La empresa “EL AS” Servicios Generales es una empresa que compra y vende combustibles para personas naturales y jurídicas que tiene aproximadamente 5 años en el mercado cajamarquino.

Se empleó la técnica de la encuesta con el instrumento del cuestionario, aplicada a los 5 trabajadores que laboran en la empresa de servicios generales “EL AS” de Cajamarca.

Es necesario resaltar, que los efectos identificados son directos y negativos a juzgar por los resultados obtenidos, tabulados, analizados e interpretados ya que, una mala gestión de costos trae consigo mala toma de decisiones en general y en el precio de venta en específico.

**Palabras clave: Gestión de costos, Empresa de servicios generales. Precio de venta, toma de decisiones.**

## **ABSTRACT**

The research sought to identify the effect of cost management in decision making for the setting of the sale price in the company "EL AS" general services E.I.R.L. of Cajamarca, 2017, which assumes that cost management has a direct effect on the decision-making process for setting the sale price of the company "EL AS" general services of Cajamarca, 2017, which can be contrasted in relationship with the results that indicate that the management of costs has a low development in the company since it is not determined in a technical and professional way which causes many flaws, and negative effects in the decision making for the setting of the sale price, because since prices are fixed by imitation based on market prices, which is not correct.

This causes an uncertain panorama in the company, because it is not known for sure if it is really winning or losing.

The company "EL AS" Servicios Generales is a company that sells and sells fuels for natural and legal persons that has approximately 5 years in the market of Cajamarca

The survey technique was used with the questionnaire instrument, applied to the 5 workers who work in the general services company "EL AS" of Cajamarca.

It is necessary to highlight that the identified effects are direct and negative judging by the results obtained, tabulated, analyzed and interpreted since, poor management of costs brings bad decisions in general and in the specific sale price.

**Keywords: Cost management, General servicescompany. Sale price, decision making.**

## INTRODUCCIÓN

La gestión de costes es una herramienta necesaria para poder tomar decisiones acertadas en cualquier área de la organización debido a que existe una relación directa entre los costes y los resultados económicos de la organización. Desconocer u obviar este detalle, constituye simplemente un error garrafal que trae como consecuencia la falta de competitividad porque no se tiene claro lo que se está ganando en el mejor de los casos.

La investigación comprobó que en la gestión de costos tiene un efecto directo y negativo en la toma de decisiones a juzgar por los resultados en la investigación.

La investigación se desarrolló en 3 capítulos:

Capítulo I: Se describe el problema de la investigación, abordando el planteamiento y formulación del problema, los objetivos y la justificación. Además, se aborda el marco metodológico, describiendo el tipo de investigación, nivel de investigación, métodos, diseño, población, muestra, técnicas de recolección de datos y las técnicas de procesamiento y análisis de los datos, delimitaciones, justificación, importancia, limitaciones, hipótesis y variables.

Capítulo II: Se aborda el marco teórico, describiendo los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, la hipótesis y las variables del estudio.

Capítulo III: Se aborda los resultados, haciendo un análisis e interpretación de los datos recolectados, procesados, analizados e interpretados.

Finalmente, se realizaron las conclusiones y recomendaciones correspondientes.

## **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO**

### **1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA**

La gestión de costos es un gran problema que enfrentan las empresas a nivel mundial y fundamentalmente, a nivel nacional y local, ya que nuestro contexto empresarial está conformado fundamentalmente por micro y pequeñas empresas en más del 90%, lo cual demuestra una gran deficiencia que va en desmedro de la productividad y competitividad de estas unidades socioeconómicas. (Flores, J., 2009)

Determinar adecuadamente los costos garantiza tener un precio de venta correcto con la consecuente planeación de utilidades con base sólida, con lo cual se puede ser más competitivo o en todo caso tener mayores márgenes de ganancia según sea el caso, Esto depende de las decisiones mercadológicas que más convenga a la empresa. (Ortiz, H., 2016)

La toma de decisiones es fundamental en la vida organizacional en la cual el gerente juega un papel fundamental para que sean adecuadas haciendo uso de técnicas cualitativas y cuantitativas en aras de conseguir

tomar la mejor decisión. Y en este caso particular de la investigación la toma de decisiones para la fijación de precios de venta de la empresa “EL AS” es fundamental, habida cuenta que los precios de venta del combustible se fijan de una manera empírica o por imitación, lo cual trae consigo faltas de liquidez o dificultades para cumplir con las distintas obligaciones que le corresponde. (Hellriegel, S., 2004)

En este contexto, es que se ha creído conveniente llevar a la cabo la presente investigación denominada: La gestión de costos y su efecto en la toma de decisiones para la fijación de precio en la empresa “EL AS” servicios generales E.I.R.L. de Cajamarca en el periodo 2017.

## **1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.2.1. DELIMITACIÓN ESPACIAL**

El ámbito de estudio es la empresa “EL AS” Servicios Generales E.I.R.L. del distrito, provincia y departamento de Cajamarca.

### **1.2.2. DELIMITACIÓN SOCIAL**

La investigación comprende a los 5 trabajadores que laboran en la empresa “El AS” Servicios Generales de Cajamarca.

### **1.2.3. DELIMITACIÓN TEMPORAL**

2017

### **1.2.4. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL**

Gestión de costos, toma de decisiones para fijación del precio de venta.

### **1.3. PROBLEMAS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1. PROBLEMA PRINCIPAL**

¿Cuál es el efecto que tiene la gestión de costos en la toma de decisiones para la fijación de precios de venta de la empresa “EL AS” servicios generales E.I.R.L. de Cajamarca 2017?

#### **1.3.2. PROBLEMAS SECUNDARIOS**

- ¿Cuál es la situación actual de la gestión de costos en la empresa “EL AS” servicios generales E.I.R.L. de Cajamarca?
- ¿Cuál es la situación actual de la toma de decisiones para la fijación de precios de venta en la empresa “EL AS” servicios generales E.I.R.L. de Cajamarca?

### **1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.4.1. OBJETIVO GENERAL**

Establecer el efecto de la gestión de costos en la toma de decisiones para la fijación de precios de la empresa “EL AS” servicios generales E.I.R.L. de Cajamarca, 2017.

#### **1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar la situación actual de la gestión de costos en la empresa “EL AS” servicios generales E.I.R.L. de Cajamarca.

- Analizar la situación actual de la toma de decisiones para la fijación de precios de venta en la empresa “EL AS” servicios generales E.I.R.L. de Cajamarca.

## **1.5. HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.5.1. HIPÓTESIS GENERAL**

La gestión de costos tiene un efecto directo en la toma de decisiones para la fijación del precio de venta de la empresa “EL AS” servicios generales E.I.R.L. de Cajamarca, 2017.

### **1.5.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS**

- La situación actual de la gestión de costos en la empresa “EL AS” servicios generales E.I.R.L. de Cajamarca, es deficiente.
- La situación actual de la toma de decisiones para la fijación de precios de venta en la empresa “EL AS” servicios generales E.I.R.L. de Cajamarca, es deficiente.

### **1.5.3. VARIABLES**

#### **a) DEFINICIÓN CONCEPTUAL**

##### **Variable Independiente**

Gestión de costos

##### **Variable Dependiente**

Toma de decisiones para fijación de precio de venta

#### **b) DEFINICIÓN OPERACIONAL**

##### **Variable Independiente**

Gestión de costos

**Variable Dependiente**

Toma de decisiones para fijación de precio de venta

**1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

**1.6.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

**a) TIPO DE INVESTIGACIÓN**

La investigación es de tipo aplicada

Porque aplica conocimientos ya estudiados en diversos contextos y temáticas con el propósito de ver la influencia de la gestión de costos en la toma de decisiones de fijación del precio de venta en una empresa de servicios, en este caso en la empresa “EL AS” Servicios Generales E.I.R.L. de Cajamarca.

**b) NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

Descriptiva, ya que con la recolección de datos se identificó y procesó la información para que, mediante el análisis, se identificó la situación actual de las dos variables.

Asimismo, es correlacional porque analiza el efecto de la gestión de costos en la toma de decisiones para la fijación de precio de venta en la empresa “EL AS” Servicios Generales E.I.R.L. de Cajamarca.

**1.6.2. MÉTODO Y DISEÑO DE INVESTIGACION**

**a) MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**



El método deductivo: Es el que parte de las verdades generales o universales hasta llegar a las particulares. Es un enfoque producto de la generalidad (una verdad asumida) hacia lo específico. La lógica deductiva depende de la verdad. En este caso se parte del marco teórico de cada variable para analizar e interpretar los datos recopilados en la empresa “EL AS” Servicios Generales E.I.R.L. de Cajamarca.

## b) DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

**Transversal:** debido a que datos obtenidos se estudian y describen en un periodo de tiempo determinado, en este caso el año 2017.

**No experimental:** porque midió, evaluó y recolectó datos sobre diferentes las variables sin manipularlas, solo observándolas en su contexto natural de acción.

### 1.6.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACION

#### a) POBLACIÓN

La población de estudio está conformada por los 5 trabajadores que laboran en la empresa “El AS” Servicios Generales de Cajamarca.

**Tabla 1**

*Población: Personal administrativo*

Nº	Trabajadores	Cantidad
1	Gerente	01
2	Asistente de gerencia	01
3	Contador	01

4	Auxiliares	de	02
	contabilidad		
	Total		05

Fuente: Data de la empresa

#### **b) MUESTRA**

La muestra está constituida por los 5 trabajadores que laboran en la empresa “EL AS” Servicios Generales E.I.R.L. de Cajamarca. La muestra es tipo censo, no probabilística.

#### **1.6.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS**

##### **a) TÉCNICAS**

La encuesta

##### **b) INSTRUMENTOS**

El cuestionario con preguntas estructuradas.

#### **1.6.5. JUSTIFICACIÓN**

##### **a) JUSTIFICACIÓN**

**Justificación teórica,** la presente investigación se justifica en este contexto, ya que contribuirá al incremento de conocimiento científico en la temática que aborda con los resultados que se obtenga al aplicar los instrumentos y técnicas correspondientes. Asimismo, servirá de antecedente para otras investigaciones con temática igual o similar.

**Justificación práctica,** permitirá tener claro los costos en los cuales se incurren y en base a ellos fijar el precio de venta de una manera técnica y profesional que garantice obtener los márgenes de utilidad que se consideraron.

**Justificación social,** permitirá garantizar el crecimiento y desarrollo de la empresa porque el precio de venta fijado ayudará a que la empresa sea más productiva y competitiva.

**Justificación académica,** porque permitirá afianzar mis conocimientos en la temática del estudio.

#### **b) IMPORTANCIA**

La investigación le permitirá al propietario tomar decisiones adecuadas para la fijar sus precios de una manera más técnica en base a una gestión de costos que le sirva de base.

#### **c) LIMITACIONES**

Están relacionadas con la dificultad para levantar información y con la falta de estudios relacionados con la temática de estudio.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

Se revisó estudios realizados en los diferentes contextos que indica la metodología de la investigación científica a saber:

#### **A Nivel Internacional**

Quiroa, C. (2014) en su tesis: *toma de decisiones y productividad laboral* (tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, determinó que la influencia en la toma de decisiones es importante para que pueda haber una buena productividad laboral, asimismo, que es necesario tener una lluvia de ideas para poder tomar la mejor solución a los problemas se den dentro de la organización. Con la escala de Likert, los colaboradores dieron como resultado que las decisiones tomadas siempre van a afectar de una manera positiva o negativa y de esta manera será el desarrollo que tendrán dentro de la organización y que son los gerentes los que tienen que dar respuesta a las problemáticas, para que de esta manera también pueda

haber una mejor relación entre los colaboradores y gerentes por lo se creó un taller para dar tips de como ellos pueden darles la mejor solución a los problemas y que exista un mejor ambiente laboral y que la productividad laboral es una fuente importante dentro de la institución y no se debe olvidar que hay que mantener motivados a los colaboradores para que ellos se sientan satisfechos con el trabajo que realizan.

Ayudará al análisis e interpretación de los resultados, así como a la discusión de resultados, en referencia al contexto internacional.

### **A Nivel Nacional**

Meza, V. (2013), en su tesis titulada: *la gestión estratégica de costos en la rentabilidad en las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores en Lima Metropolitana, año 2012.* (tesis de licenciatura) Universidad San Martín, concluye que las empresas de ensamblaje e instalación han elaborado su plan estratégico y financiero al inicio del ejercicio económico, pero con ciertas deficiencias por lo que no se ha podido identificar, medir, evaluar y controlar el riesgo financiero dentro de la empresa, ocasionados por la falta de estrategias competitivas en cada uno de los procesos de la gestión de la empresa, no se ha logrado los resultados esperados; y aún más las empresas no han implementado la técnica de la cadena de valor para mejorar en forma global sus actividades y que la mayoría de empresas están muy arraigadas a aplicar los indicadores tradicionales en vez de aplicar instrumentos actuales como el valor económico agregado, que es un indicador de medición de la rentabilidad, y ese es uno de los motivos por lo que no se han tomado correctas decisiones estratégicas así como que las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores cuentan con una gestión de costos, pero no han establecido un mecanismo estratégico ante un mercado competitivo, por ende, han obtenido resultados moderados y no han estado en constante crecimiento económico y financiero.

Estas conclusiones ayudan al estudio para comprender la importancia de la gestión adecuada de los costos, en el contexto nacional.

## **A Nivel Local**

Cieza, A. (2004). *Costos de producción y la toma de decisiones en la empresa de derivados lácteos El milagro E.I.R.L. Paccha Chota 2014.* (tesis de licenciatura) Universidad Nacional de Cajamarca. concluye en que el Contador Público no es mecánico que se limita simplemente a registrar operaciones manuales; sino, tiene que ser un profesional dinámico e investigador, inmerso dentro de la toma de decisiones eficientes de una unidad productiva de igual modo que la calidad de la información depende la calidad de las decisiones que tienen que ver directamente con el desarrollo o retraso de la empresa y que los costos de producción es una variable cuantitativa de suma importancia que sirve de información fundamental para la toma de decisiones en la vida de una empresa y finalmente, que la contabilidad de costos contribuye directamente a la determinación de los Sistemas de costos de producción de la empresa en estudio, ya que utiliza un sistema de costeo, el cual servirá para tomar decisiones gerenciales adecuadas.

Estas conclusiones ayudan al estudio para comprender la relación existente entre los costos y la toma de decisiones en nuestra localidad.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1. Gestión de Costos**

#### **A. Definición**

(Carretero, 2014) señala que la gestión de costos es el proceso de estimar, asignar y controlar los costos de un organismo social. Permite que las empresas conozcan por adelantado los gastos y así reduzcan las posibilidades de superar el presupuesto inicial. La gestión de costos es una herramienta necesaria para poder tomar decisiones acertadas en cualquier área de la organización debido a que existe una relación directa entre los costos y los resultados

económicos de la organización. En un entorno competitivo como el actual, el precio es marcado por los clientes, el mercado y la competencia. En estos casos, el mercado marca los precios (con unos márgenes por arriba y por debajo en función de algunos conceptos como la marca, calidad, etc) y la gestión de costes lo que sirve para conocer qué margen tienes, así como para poder actuar sobre los costes de los procesos usando benchmarking, mejora continua, reingeniería, etc.

## **B. Importancia**

(Flores, J., 2009) señala que algunos de los aspectos que resaltan la importancia de la gestión de costes son:

- Conocer los costos exactos y la rentabilidad de los productos/servicios.
- Determinar el costo de un producto/servicio previo a su desarrollo para conocer si genera valor.
- Conocer los costos y la rentabilidad de los procesos.
- Detectar puntos de mejora de los procesos.
- Conocer la rentabilidad por segmentos / clientes.
- Conocer oportunidades de negocio a nivel estratégico.

## **C. Fases**

(Carretero, 2014), considera las siguientes fases:

- **Plan de gestión de costos.** Se busca cubrir los siguientes objetivos:
  - Establecer las políticas de gestión de costos.
  - Definir los procedimientos aplicables al control de gastos.
  - Elaborar la documentación para la planificación del gasto.
  - Determinar la forma de aplicar los métodos de administración de costes elegidos.

- **Estimación de los costos de las actividades individuales.** Se deberá:
  - Estimar los costes parciales y globales, fijos y variables.
  - Desarrollar una aproximación de los recursos monetarios necesarios para completar las actividades del proyecto.
  - Plasmar los resultados del análisis elaborado en un documento compartible que pueda servir como herramienta para informar a los grupos de interés.
  
- **Determinación del presupuesto de proyecto.** En esta será necesario:
  - Agregar los costos estimados de actividades individuales o paquetes de trabajo.
  - Establecer una línea base de costo autorizada.
  - Fijar el presupuesto de proyecto.
  - Obtener la autorización para seguir adelante.
  
- **Control de gastos.** Debe ser un proceso continuo y para ello, se tiene que:
  - Establecer los indicadores y fuentes de verificación que se emplearán para llevar a cabo las tareas de seguimiento.
  - Determinar los medios empleados para la recogida de datos, frecuencia y responsables de reporting.
  - Fijar las condiciones en las que la entrega de informes se llevará a cabo, incidiendo especialmente en su periodicidad.
  - Monitorizar el estado de actualización de los costos del proyecto.

#### D. Las claves de una gestión de costes eficiente

(Flores, J., 2009) indica que las claves son:

- **Una buena planificación** es el punto de partida necesario para los cálculos y ajustes que vendrán después, ya que, si no se



conoce el punto de inicio, se carece de referencia para el análisis y aplicación de medidas correctoras, en los casos en que se determine que es necesario.

- **Una comunicación eficiente:** mantener abiertas las vías de comunicación y asegurar su fluidez es la mejor forma de evitar sorpresas. Hay que recordar que, muchas de las decisiones más críticas a tomar no provendrán de la información contenida en el reporting, sino que se derivarán de datos conocidos a través de comunicaciones urgentes.
- **Priorizar la actualización:** el seguimiento es fundamental para mantener el control sobre el gasto y de ello dependerán los resultados de la gestión de costos.

## 2.2.2. Toma de decisiones

### A. Definición

(Hellriegel, S., 2004) señala que la toma de decisiones es el proceso de definición de problemas, recopilación de datos, generación de alternativas y selección de un curso de acción y se define como “el proceso para identificar y solucionar un curso de acción para resolver un problema específico”. La toma de decisiones es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las opciones o formas para resolver diferentes situaciones de la vida en diferentes contextos: a niveles de laboral, familiar, personal, sentimental o empresarial (utilizando metodologías cuantitativas que brinda la administración). La toma de decisiones consiste, básicamente, en elegir una opción entre las disponibles, a los efectos de resolver un problema actual o potencial.

## B. Clasificación

(Hellriegel, S., 2004) considera los siguientes tipos:

- **Decisiones programadas:**

Son aquellas que se toman frecuentemente, es decir son repetitivas y se convierte en una rutina tomarlas; como el tipo de problemas que resuelve y se presentan con cierta regularidad ya que se tiene un método bien establecido de solución y por lo tanto ya se conocen los pasos para abordar este tipo de problemas, por esta razón, también se las llama decisiones estructuradas.

Las decisiones programadas se toman de acuerdo con políticas, procedimientos o reglas escritas o no escritas, que facilitan la toma de decisiones en situaciones recurrentes porque limitan o excluyen otras opciones.

Las decisiones programadas se usan para abordar problemas recurrentes. Sean complejos o simples. Si un problema es recurrente y si los elementos que lo componen se pueden definir, pronosticar y analizar, entonces puede ser candidato para una decisión programada.

En cierta medida, las decisiones programadas limitan nuestra libertad, porque la persona tiene menos espacio para decidir qué hacer. No obstante, el propósito real de las decisiones programadas es liberarnos. Las políticas, las reglas o los procedimientos que usamos para tomar decisiones programadas nos ahorran tiempo, permitiéndonos con ello dedicar atención a otras actividades más importantes.

- **Decisiones no programadas:**

También denominadas no estructuradas, son decisiones que se toman ante problemas o situaciones que se presentan con poca frecuencia, o aquellas que necesitan de un modelo o proceso específico de solución, por ejemplo: "Lanzamiento de

un nuevo producto al mercado”, en este tipo de decisiones es necesario seguir un modelo de toma de decisión para generar una solución específica.

Las decisiones no programadas abordan problemas poco frecuentes o excepcionales. Si un problema no se ha presentado con la frecuencia suficiente como para que lo cubra una política o si resulta tan importante que merece trato especial, deberá ser manejado como una decisión no programada. Problemas como asignar los recursos de una organización, qué hacer con una línea de producción que fracasó, de hecho, los problemas más importantes que enfrentará el gerente, normalmente, requerirán decisiones no programadas.

### **C. Estilo de toma de decisiones**

(Stoner, F., 1996). Señala que todas las personas que toman una decisión poseen una serie única de características personales que influyen en su resolución del problema.

La toma de decisiones a nivel individual se caracteriza por el hecho de que una persona haga uso de su razonamiento y pensamiento para elegir una solución a un problema que se le presente en la vida; es decir, si una persona tiene un problema, deberá ser capaz de resolverlo individualmente tomando decisiones con ese específico motivo.

Para tomar una decisión, cualquiera que sea su naturaleza, es necesario conocer, comprender, analizar un problema, para así poder darle solución.

(Robbins, S., 1995), desarrolló un diagrama donde aparecen los cuatro estilos para la toma de decisiones.

- **Estilo directivo**

El estilo directivo para la toma de decisiones se caracteriza por una baja tolerancia a la ambigüedad y un modo de pensar totalmente racional. En este estilo se sitúan aquellas personas con un alto grado de razonamiento lógico, capaces de tomar decisiones rápidas, enfocadas a corto plazo. Su eficacia y rapidez en la toma de decisiones permite adoptar una solución con información mínima y evaluando pocas alternativas.

- **Estilo analítico**

El estilo analítico para tomar decisiones se caracteriza por una mayor tolerancia a la ambigüedad que los tipos directivos, combinado con una forma de pensar totalmente racional. Estas personas precisan de más información antes de tomar una decisión, considerando y analizando más alternativas. Los individuos situados en este estilo analítico se caracterizan por su capacidad para adaptarse o afrontar situaciones únicas.

- **Estilo conceptual**

El estilo conceptual para tomar decisiones engloba a personas con una gran tolerancia a la ambigüedad y un modo de pensar intuitivo. Estas personas se caracterizan por tener una amplia capacidad para procesar información desde una perspectiva extensa y una elevada capacidad analítica tratando de analizar muchas alternativas. Se enfocan en el largo plazo y con frecuencia buscan soluciones creativas a los problemas.

- **Estilo conductual**

El estilo conductual representa a aquellas personas cuyo modo de pensar es de manera intuitiva pero cuyo grado de

tolerancia a la ambigüedad es bajo. Estas personas trabajan bien con otras, están abiertas a las sugerencias y se preocupan por los que trabajan con ellas. La aceptación de los demás es importante para los de este estilo de toma de decisiones.

### 2.2.3. Precio de venta

#### A. Definición

(Flores, J., 2009) precio de venta. Del latín pretium, el precio, es el valor monetario que se le asigna a algo. Dicho valor monetario se expresa en dinero y señala la cantidad que debe tener el comprador o cliente para hacerse con un producto o servicio. El **precio de venta**, por lo tanto, es el dinero que debe abonar el consumidor para comprar un **producto**. En el lenguaje cotidiano, se habla simplemente de precio

#### B. Tipos

(Flores, J., 2009) De acuerdo con su finalidad o el criterio utilizado a la hora de establecerlo, es posible distinguir entre los siguientes tipos de precio de venta:

- **Al por mayor:** lo pagan los mayoristas cuando realizan compras muy voluminosas.
- **Al por menor:** el que abonan los consumidores finales.
- **Autorizado:** requiere de una autorización por parte de la administración correspondiente para ser incrementado.
- **Bruto:** el valor sobre el cual resta efectuar los descuentos pertinentes.

- **Conjunto:** sirve para ofrecer “packs” (también llamados “bundles”) de dos o más artículos o servicios conjuntamente.
- **De costo:** es la representación de la totalidad de los gastos que han tenido lugar para desarrollar el producto o servicio y llevarlo al mercado;
- **En dos partes:** se usa en servicios y consiste en partir el precio en dos partes (una cuota fija, que representa el abono, y otra variable, de acuerdo con el uso o el consumo del servicio en cuestión).
- **Habitual:** se mantiene intacto durante un largo período de tiempo.
- **De lista o de mercado:** es el que acompaña a los productos en un catálogo;
- **De neto:** es el monto que debe pagar el consumidor para adquirir un bien (todos los descuentos pertinentes han sido aplicados).
- **De oferta:** es menor al precio habitual y se utiliza con un fin muy concreto. Bien puede formar parte de una estrategia para recuperar clientes o para promocionar de forma más efectiva un producto, un servicio o a la compañía misma, mostrándose más accesible a los ojos de los consumidores;
- **De origen:** para productos de tipo agrícola o marino, indica el precio en su tierra de origen. Para artículos de tipo industrial, se suele hablar de precio de fábrica.
- **Óptimo:** el más adecuado desde cualquier punto de vista, que beneficia a la compañía en todos los aspectos posibles y que atrae a los consumidores de manera infalible.
- **Del paquete:** similar al precio conjunto, establece un valor monetario para un paquete de productos, que

suma menos de los precios de venta individuales combinados.

#### 2.2.4. Empresa “EL AS” Servicios Generales E.I.R.L.

##### **Razón Social**

“EL AS” Servicios Generales E.I.R.L.

##### **RUC**

20529483041

##### **Dirección**

Av. San Martin 1250 – Cajamarca.

##### **Titular Gerente**

Aldo Michel Huamán Huamán

##### **Productos:**

- Diesel B5 S50
- Gasohol 90 Plus

##### **Proveedores:**

- Repsol Comercial S.A.C.
- Peruana de Combustibles S.A. (PECSA)

##### **Costos:**

**Tabla 2**

*Costos Combustible*

Mayorista	<b>Eten</b>		<b>Pampilla</b>		<b>Salaverry</b>	
Productos	Diesel	Gasohol	Diesel	Gasohol	Diesel	Gasohol
REPSOL	8.4070	8.6594			8.3970	8.8214
PECSA	8.4070	8.6594	8.0778	7.9690		

### **Precio de Venta**

- Gasohol 90      12.30
- Diesel B5 S50    11.50

### **Ventas**

Promedio de ventas diarias: 20,000.00 Incluido I.G.V.

Promedio de ventas diarias en Galones: 4000 (2000 de Gasohol y 2000 de Diesel)

## **2.3. Definición de términos básicos**

- **Competitividad**

La competitividad se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijando un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor precio fijada una cierta calidad.

- **Costo**

Erogaciones que hace una empresa para adquirir bienes y/o servicios para producir bienes y/o servicios

- **Empresa de servicios**

Organización lucrativa que presta algún servicio para satisfacer alguna necesidad del mercado.

- **Gastos**

Erogaciones que hace una empresa para adquirir bienes y/o servicios para producir bienes y/o servicios, que se comparan contra un ingreso en un periodo determinado.

- **Gastos operativos**

Conjunto de erogaciones que hace una empresa para administrar sus actividades, distribuir sus productos o financiar sus actividades.



- **Gestión de costos**

Gestión de las erogaciones que hace una empresa siguiendo los parámetros de la contabilidad.

- **Precio de venta**

Valor monetario de los bienes y servicios que una empresa ofrece al mercado.

- **Toma de decisiones**

Proceso de elegir entre dos o más alternativas un curso de acción.

- **Utilidades**

Resultado positivo de una operación, que resulta de restar al ingreso sus costos.

## CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

### 3.1. ANÁLISIS DE TABLAS Y FIGURAS

#### 3.1.1. Encuesta a los trabajadores de la empresa “EL AS” Servicios Generales E.I.R.L. de Cajamarca.

**Tabla 3**

*¿Conoce Ud. que es gestión de costos?*

Respuestas	Frecuencia	%
Si	1	20
No	3	60
Algo	1	20
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas.

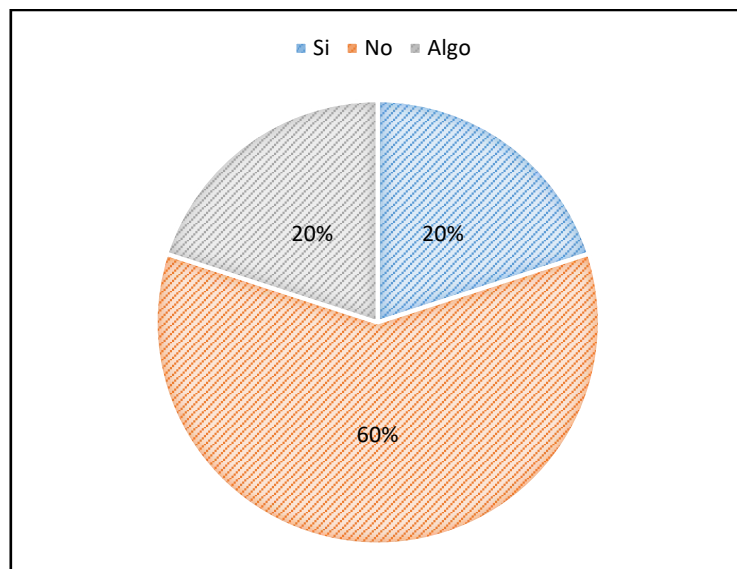


Figura 1. ¿Conoce Ud. que es una gestión de costos?  
Fuente: Tabla 3

#### **Análisis e interpretación:**

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta si conocen que es una gestión de costos; el 60% respondió que no, mientras que un 20% indicó que sí y otro 20% que sabe algo al respecto. Esta situación es delicada ya que denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa “EL AS”, lo cual no debería presentarse.

**Tabla 4**

*¿Cree Ud. que la gestión de costos es importante?*

Respuestas	Frecuencia	%
Si	1	20
No	3	60
Algo	1	20
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas.

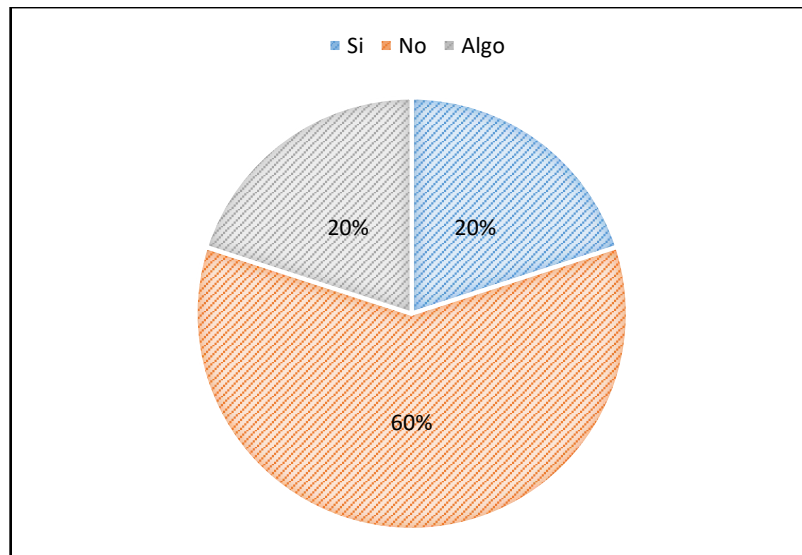


Figura 2. ¿Cree Ud. que la gestión de costos es importante?  
Fuente: Tabla 4

#### **Análisis e interpretación:**

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta si la gestión de costos es importante; el 60% respondió que no, mientras que un 20% indicó que sí y otro 20% que sabe algo al respecto. Esta situación también es delicada ya que denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa “EL AS”, lo cual no debería presentarse y debe corregirse a la brevedad posible.

**Tabla 5**

*¿Conoce Ud. que es un costo?*

Respuestas	Frecuencia	%
Si	1	20
No	1	20
Algo	3	60
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas

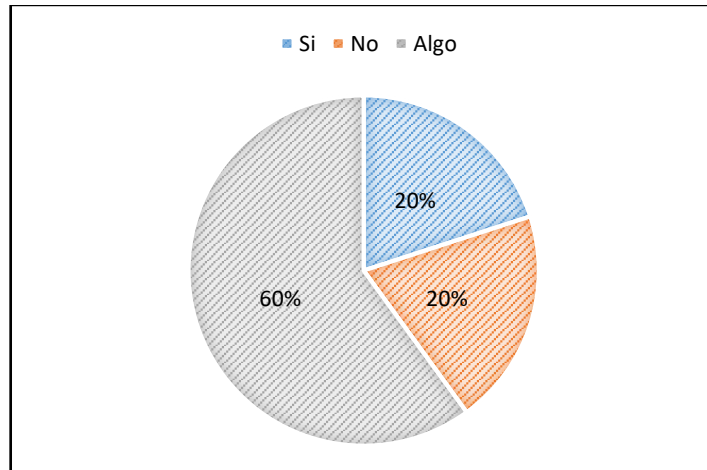


Figura 3. ¿Conoce Ud. que es un costo  
Fuente: Tabla 5

### Análisis e interpretación:

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta que es un costo; el 60% respondió que sabe algo, mientras que un 20% indicó que sí y otro 20% que no. Esta situación también denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa "EL AS", lo cual no debería presentarse y debe corregirse a la brevedad posible.

**Tabla 6**

*¿Conoce Ud. que es un costo de compras?*

Respuestas	Frecuencia	%
Si	2	40
No	1	20
Algo	2	40
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas

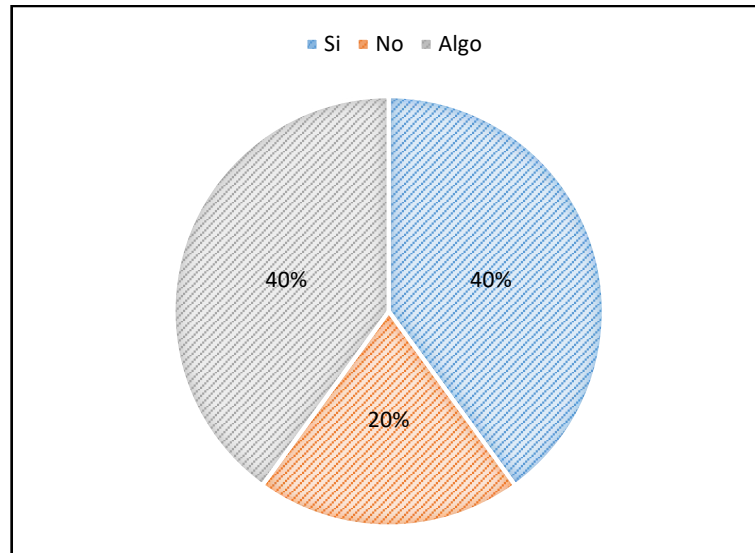


Figura 4. ¿Conoce Ud. que es un costo de compras?  
Fuente: Tabla 6

#### **Análisis e interpretación:**

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta que si sabe que es un costo de compras; el 40% respondió que sí, mientras que el 40% indicó que sabe algo y un 20% que no. Esta situación también denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa “EL AS”, lo cual no debería existir y debe corregirse a la brevedad posible

**Tabla 7**

*¿Cómo calcula Ud. el costo de compras?*

Respuestas	Frecuencia	%
Técnicamente	0	0
Empíricamente	2	40
Por imitación	3	60
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas

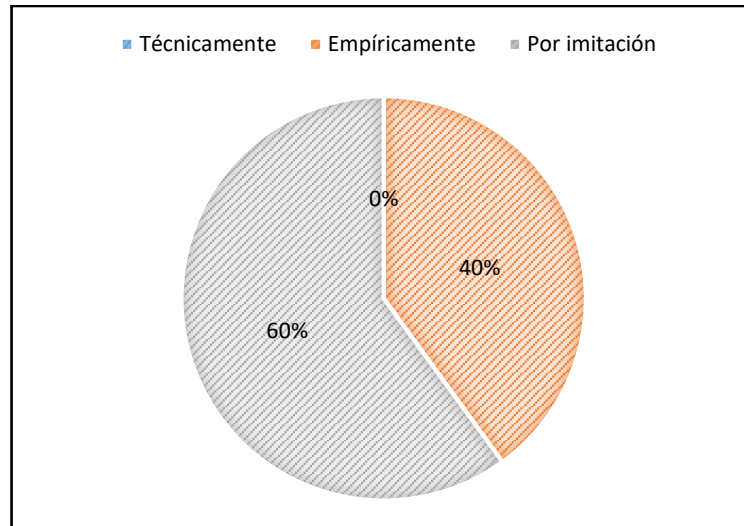


Figura 5. ¿Cómo calcula Ud. el costo de compras?  
Fuente: Tabla 7

### Análisis e interpretación:

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta de cómo calcula el costo de compras; el 60% respondió que, por imitación, mientras que el 40% indicó que empíricamente. Esta situación también denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa "EL AS", lo cual no debería existir y debe corregirse a la brevedad posible.

**Tabla 8**

*¿Conoce Ud. que es un costo de ventas?*

Respuestas	Frecuencia	%
Si	2	40
No	1	20
Algo	2	40
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas

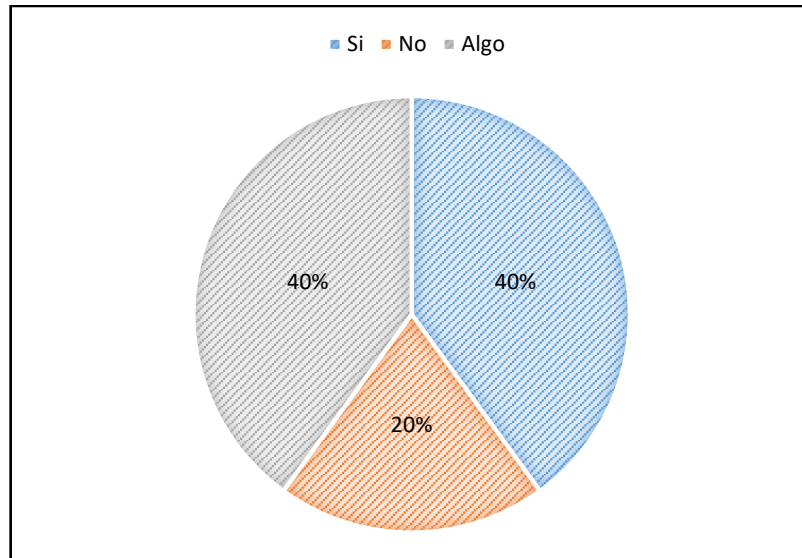


Figura 6. ¿Conoce Ud. que es un costo de ventas?

Fuente: Tabla 8

#### **Análisis e interpretación:**

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta que si sabe que es un costo de ventas; el 40% respondió que sí, mientras que un 40% indicó que sabe algo y un 20% que no. Esta situación también denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa “EL AS”, lo cual no debería existir y debe corregirse a la brevedad posible.

**Tabla 9**

*¿Cómo calcula Ud. el costo de ventas?*

Respuestas	Frecuencia	%
Técnicamente	0	0
Empíricamente	2	40
Por imitación	3	60
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas



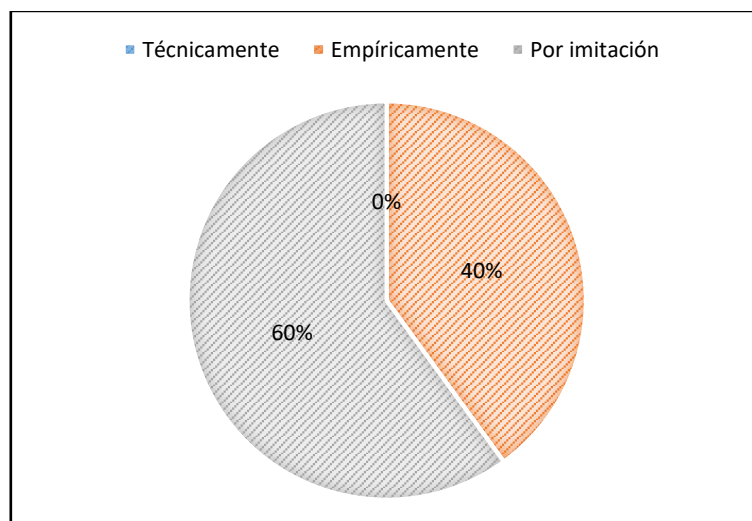


Figura 7. ¿Cómo calcula Ud. el costo de ventas?  
Fuente: Tabla 9

#### **Análisis e interpretación:**

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta de cómo calcula el costo de ventas; el 60% respondió que, por imitación, mientras que el 40% indicó que empíricamente. Esta situación también denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa “EL AS”, lo cual no debería existir y debe corregirse a la brevedad posible.

**Tabla 10**

*¿Conoce Ud. que es un costo de transporte?*

Respuesta	Frecuencia	%
Si	2	40
No	1	20
Algo	2	40
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas

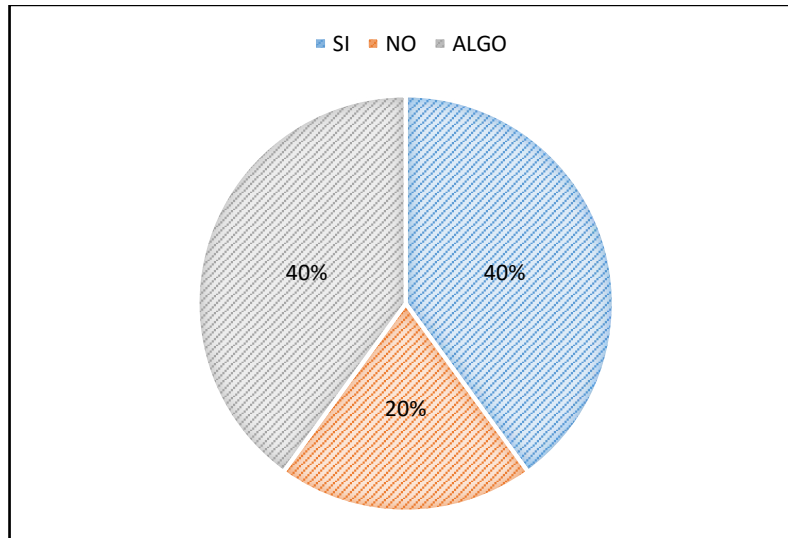


Figura 8. ¿Conoce Ud. que es un costo de transporte?  
Fuente: Tabla 10

#### **Análisis e interpretación:**

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta que si sabe que es un costo de transportes; el 40% respondió que sabe algo, mientras que un 20% indicó que sí y otro 20% que no. Esta situación también denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa “EL AS”, lo cual no debería existir y debe corregirse a la brevedad posible.

**Tabla 11**

*¿Cómo calcula Ud. el costo de transporte?*

Respuestas	Frecuencia	%
Técnicamente	0	0
Empíricamente	2	40
Por imitación	3	60
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas

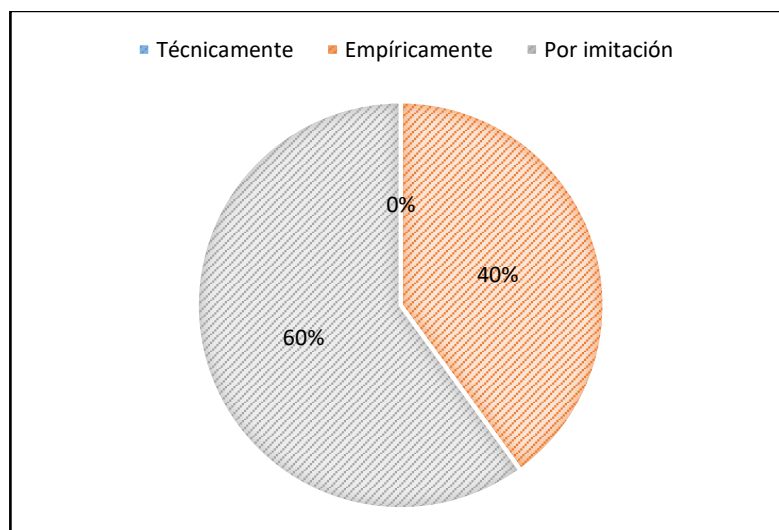


Figura 9. ¿Cómo calcula Ud. el costo de transporte?

Fuente: Tabla 11

### **Análisis e interpretación:**

De los 5 trabajadores encuestados, ante la pregunta de cómo calcula el costo de transportes; el 60% respondió que, por imitación, mientras que el 40% indicó que empíricamente. Esta situación también denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa el "AS", lo cual no debería existir y debe corregirse a la brevedad posible.

**Tabla 12**

*¿Conoce Ud. que es un gasto?*

Respuestas	Frecuencia	%
Si	1	20
No	1	20
Algo	3	60
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas

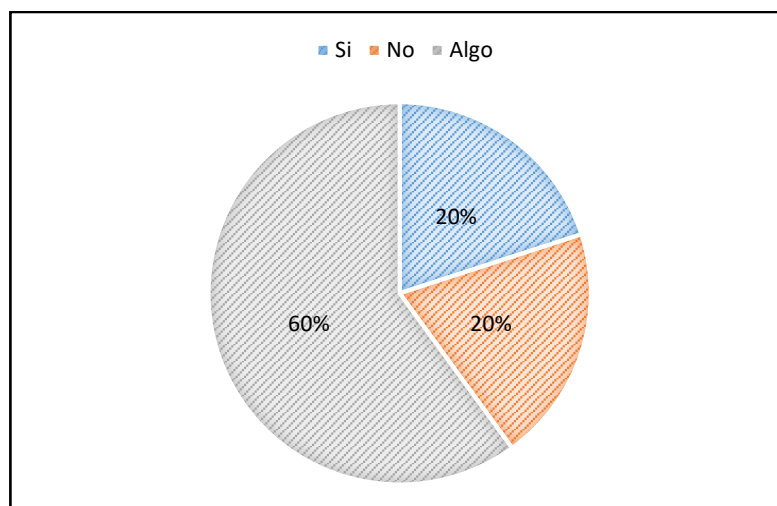


Figura 10. ¿Conoce Ud. que es un gasto?  
Fuente: Tabla 12

### **Análisis e interpretación:**

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta de que es un gasto; el 60% respondió que sabe algo, mientras que un 20% indicó que sí y otro 20% señaló que no. Esta situación también denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa “EL AS”, lo cual no debería existir y debe corregirse a la brevedad posible.

**Tabla 13**

*¿Conoce Ud. que es un gasto de administración?*

Respuestas	Frecuencia	%
Si	2	40
No	1	20
Algo	2	40
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas

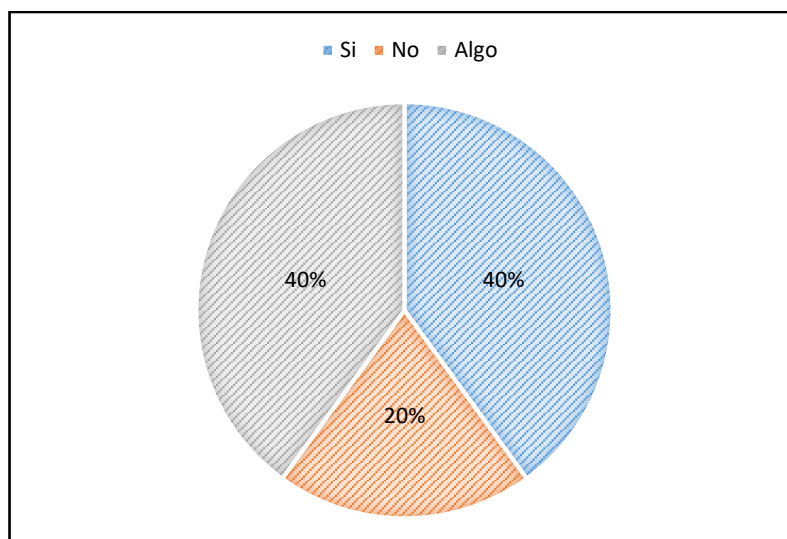


Figura 11. ¿Conoce Ud. que es un gasto de administración?  
Fuente: Tabla 13

#### **Análisis e interpretación:**

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta de qué es un gasto de administración; el 40% respondió que sabe algo, mientras que un 40% indicó que sí y otro 20% señaló que no. Esta situación también denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa “EL AS”, lo cual no debería existir y debe corregirse a la brevedad posible.

**Tabla 14**

*¿Conoce Ud. que es un gasto de ventas?*

Respuestas	Frecuencia	%
Si	2	40
No	1	20
Algo	2	40
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas

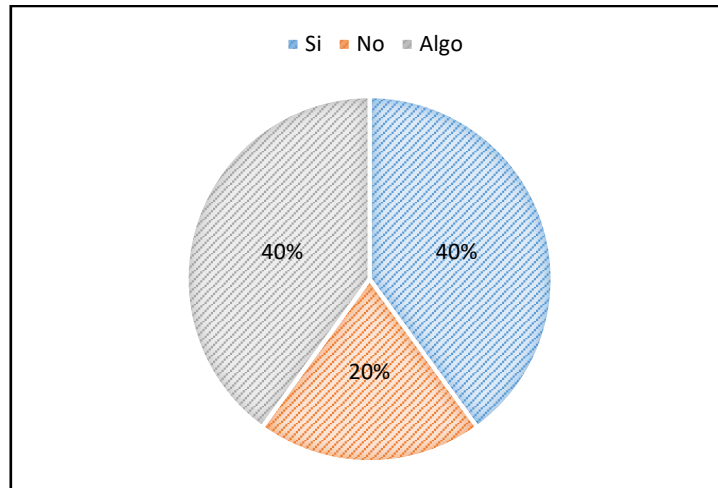


Figura 12. ¿Conoce Ud. que es un gasto de ventas?  
Fuente: Tabla 14

### **Análisis e interpretación:**

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta de qué es un gasto de ventas; el 40% respondió que sabe algo, mientras que un 40% indicó que sí y otro 20% señaló que no. Esta situación también denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa “EL AS”, lo cual no debería existir y debe corregirse a la brevedad posible.

**Tabla 15**

*¿Conoce Ud. que es un gasto financiero?*

Respuestas	Frecuencia	%
Si	3	60
No	1	20
Algo	1	20
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas

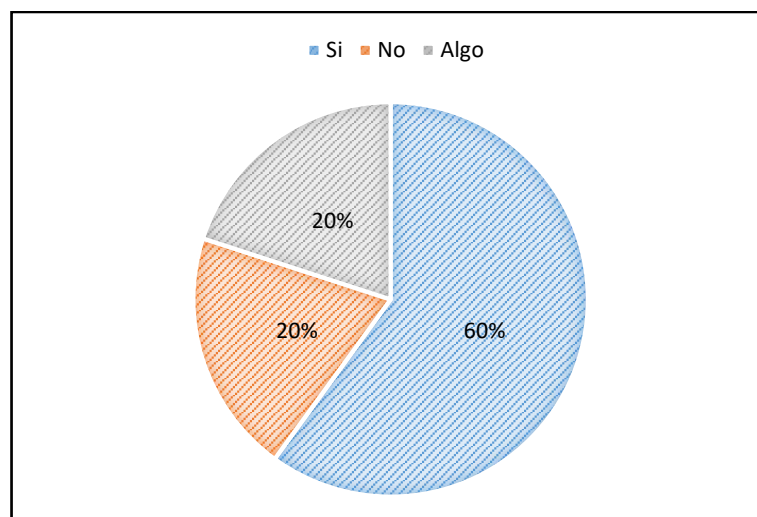


Figura 13: ¿Conoce Ud. que es un gasto financiero?

Fuente: Tabla 15

### **Análisis e interpretación:**

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta de qué es un gasto financiero; el 60% respondió que sí, mientras que un 20% indicó que no y otro 20% señaló que sabe algo. Esta situación también denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa “EL AS”, lo cual no debería existir y debe corregirse a la brevedad posible.

**Tabla 16**

*¿Cómo calcula Ud. sus gastos?*

Respuestas	Frecuencia	%
Técnicamente	0	0
Empíricamente	2	40
Por imitación	3	60
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas

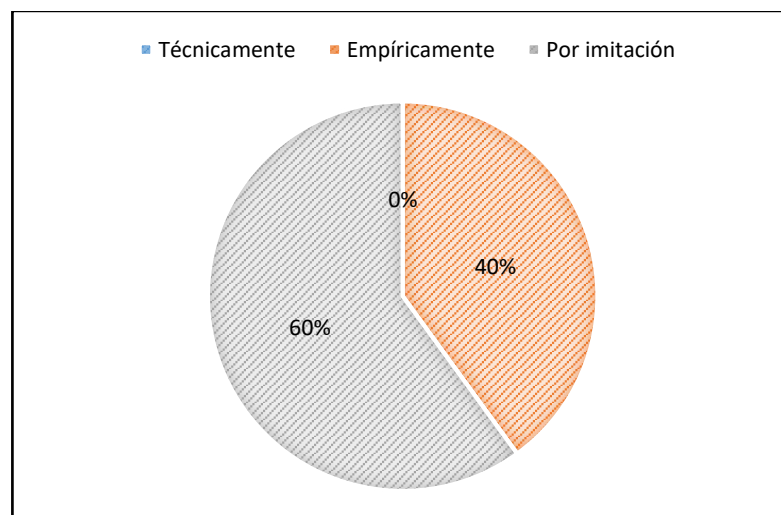


Figura 14. ¿Cómo calcula Ud. sus gastos  
Fuente: Tabla 16

#### **Análisis e interpretación:**

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta de qué cómo calcula sus gastos; el 60% respondió que, por imitación, mientras que el 40% señaló que empíricamente. Esta situación también denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa “EL AS”, lo cual no debería existir y debe corregirse a la brevedad posible.

**Tabla 17**

*¿Cree Ud. que la gestión de costos es importante para tomar decisiones para fijar el precio de venta?*

Respuestas	Frecuencia	%
Si	3	60
No	0	0
Algo	2	40
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas



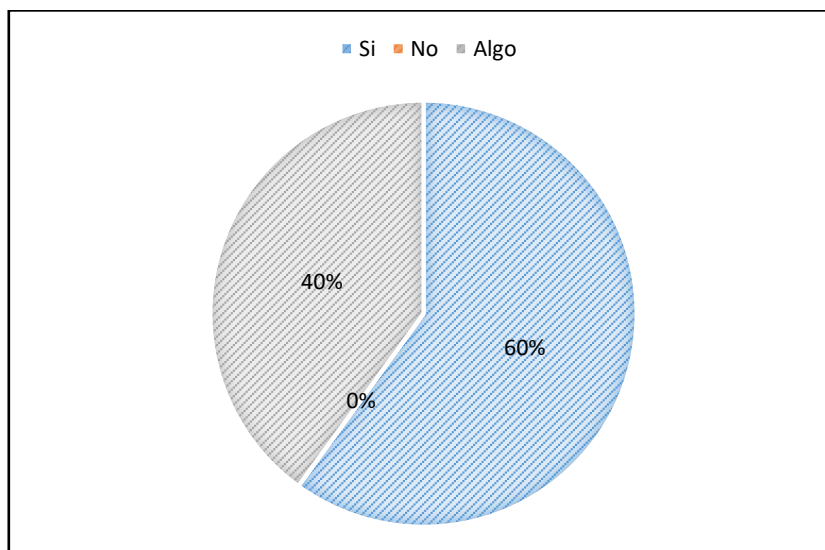


Figura 15 ¿Cree Ud. que la gestión de costos es importante para tomar decisiones para fijar el precio de ventas?  
Fuente: Tabla 17

#### **Análisis e interpretación:**

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta de que si la gestión de costos es importante para tomar decisiones para fijar el precio de venta; el 60% respondió que, sí, mientras que el 40% señaló que algo. Esta situación también denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa “EL AS”, lo cual no debería existir y debe corregirse a la brevedad posible.

**Tabla 18**

*¿Conoce Ud. que es toma de decisiones?*

Respuestas	Frecuencia	%
Si	1	20
No	2	40
Algo	2	40
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas

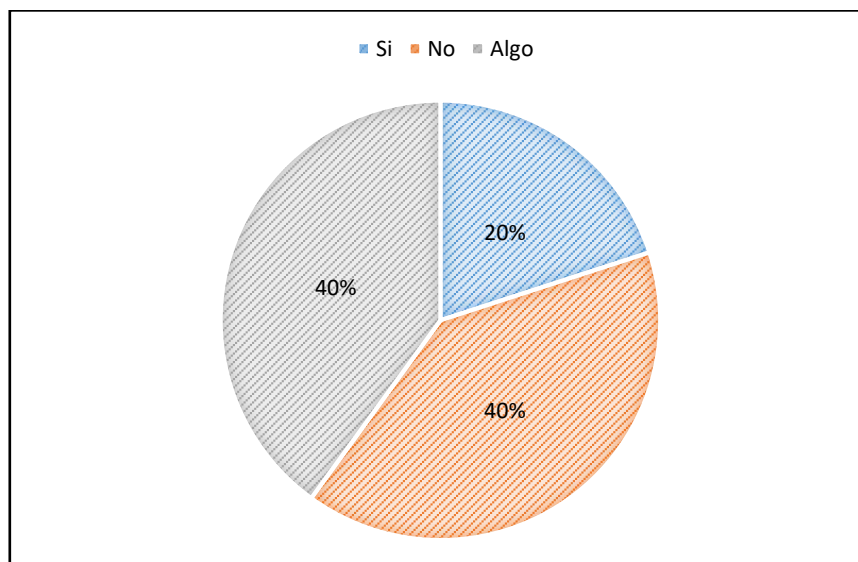


Figura 16. ¿Conoce Ud. que es toma de decisiones?

Fuente: Tabla 18

#### **Análisis e interpretación:**

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta de que si sabe que es toma de decisiones; el 40% respondió que sabe algo, mientras que el 40% señaló que no. Esta situación también denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa “EL AS”, lo cual no debería existir y debe corregirse a la brevedad posible.

**Tabla 19**

*¿Toma de decisiones respecto a la fijación de su precio de venta?*

Respuestas	Frecuencia	%
Si	3	60
No	1	20
Algunas veces	1	20
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas

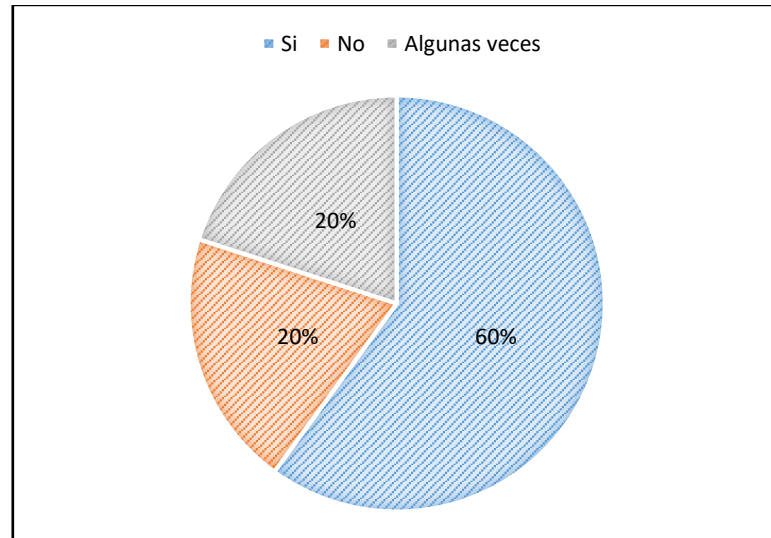


Figura 17. ¿Toma de decisiones respecto a la fijación de su precio de venta?  
Fuente: Tabla 19

#### **Análisis e interpretación:**

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta de que si toma de decisiones para fijar el precio de venta; el 60% respondió que sí, mientras que el 20% señaló que no y otro 20% dijo que algunas veces. Esta situación también denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa “EL AS”, lo cual no debería existir y debe corregirse a la brevedad posible.

**Tabla 20**

*¿Cómo calcula el precio de venta?*

Respuestas	Frecuencia	%
Técnicamente	0	0
Empíricamente	1	20
Por imitación	4	80
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas

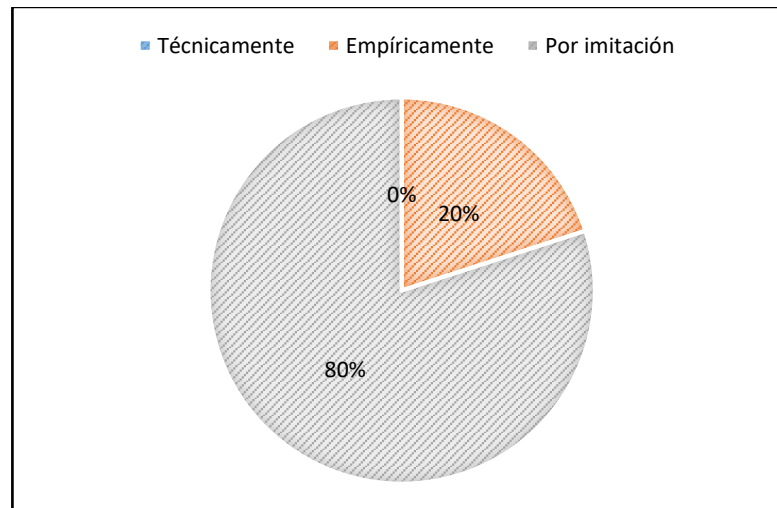


Figura 18. ¿Cómo calcula el precio de venta?  
Fuente: Tabla 20

### Análisis e interpretación:

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta de que si toma de decisiones para fijar el precio de venta; el 80% respondió que, por imitación, mientras que el 20% señaló que empíricamente. Esta situación también denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa “EL AS”, lo cual no debería existir y debe corregirse a la brevedad posible.

**Tabla 21**

*¿Cuál de los siguientes aspectos cree Ud. que conforman el precio de venta?*

Respuestas	Frecuencia	%
Costo total	1	20
Utilidad	1	20
Ambos	1	20
Ninguno	2	40
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas

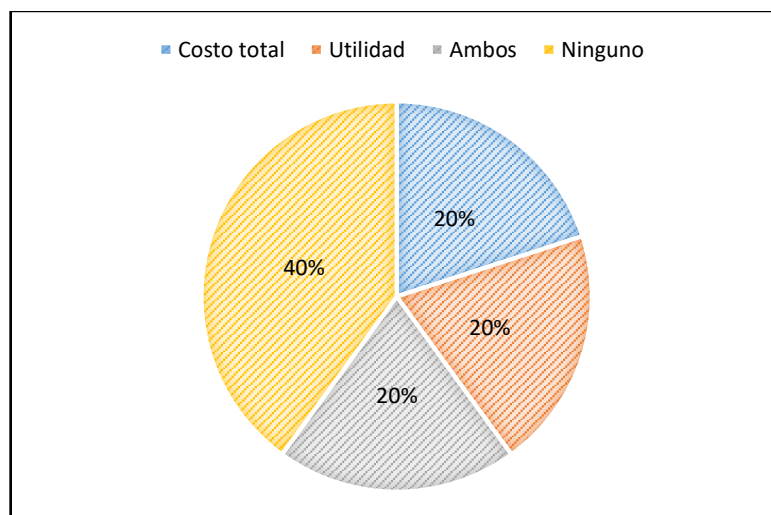


Figura 19. ¿Cuál de los siguientes aspectos cree Ud. que conforman el precio de venta?  
Fuente: Tabla 21

#### **Análisis e interpretación:**

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta de qué aspectos conforman el precio de venta; el 40% respondió que ninguno de los indicados, mientras que el 20% señaló que el costo total y otro 20% dijo que la utilidad. Esta situación también denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa “EL AS”, lo cual no debería existir y debe corregirse a la brevedad posible.

**Tabla 22**

*¿Cree Ud. que el precio de venta es importante para la empresa?*

Respuestas	Frecuencia	%
Si	5	100
No	0	0
No sé	0	0
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas

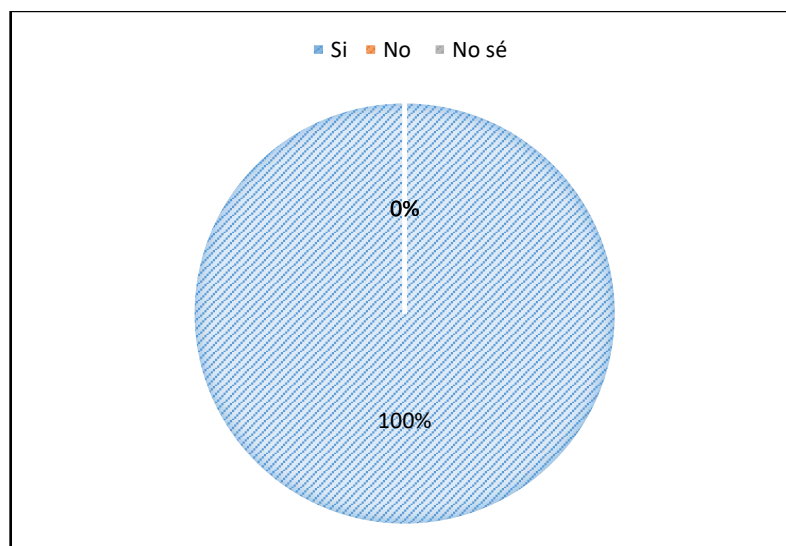


Figura 20. ¿Cree Ud. que el precio de venta es importante para la empresa?

Fuente: Tabla 22

### **Análisis e interpretación:**

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta de que si el precio de venta es importante; el 100 respondió que sí. Esta situación si bien es cierto es positiva, sin embargo, no se utiliza técnicas profesionales para determinarlos si por lo contrario se hace uso de la imitación y del empirismo.

### **Tabla 23**

*¿Investiga Ud. el precio de mercado para fijar el precio de venta de sus productos?*

Respuestas	Frecuencia	%
Si	3	60
No	2	40
No sé	0	0
Total	5	100

Fuente: Encuestas aplicadas

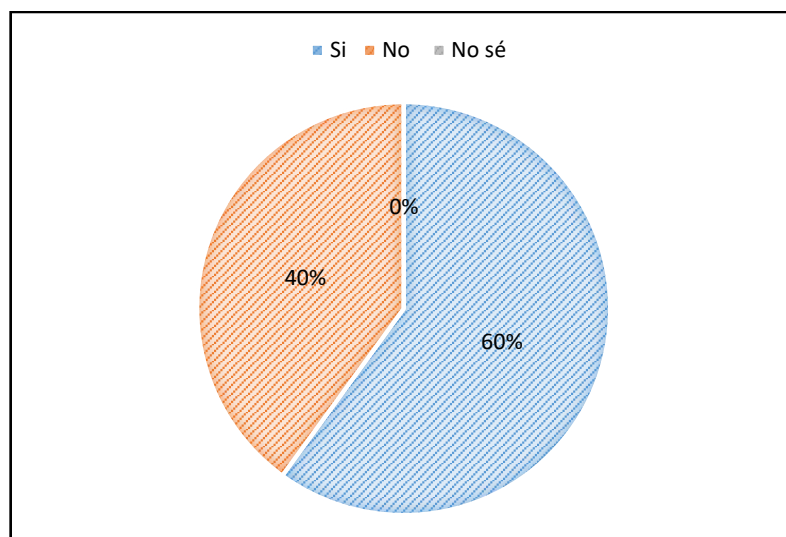


Figura 21. ¿Investiga Ud. el precio de mercado para fijar el precio de venta de sus productos?  
Fuente: Tabla 23

### **Análisis e interpretación:**

De los trabajadores encuestados, ante la pregunta de que si investiga el precio de mercado para fijar el precio de venta de los productos de la empresa; el 60% respondió que sí, mientras que el 40% señaló que no. Esta situación también denota una falencia administrativa que afecta la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa “EL AS”, lo cual no debería existir y debe corregirse a la brevedad posible.

### **3.2. Discusión de resultados**

En cuanto a la contrastación de la hipótesis, se corrobora por lo que se puede afirmar que, la gestión de costos tiene un efecto directo en la toma de decisiones para la fijación del precio de venta de la empresa “El AS” servicios generales de Cajamarca, 2017, porque la toma de decisiones también no está bien concebida por parte del personal de la empresa, con lo cual se comprueba la hipótesis.

Los resultados también se contrastan con lo que el marco teórico existente describe y que sugiere que debería emplearse una gestión de costos

adecuada para fijar el precio de venta. Por un lado, lo que la investigación realizada por Meza, (2013), denominada la gestión estratégica de costos en la rentabilidad en las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores en Lima Metropolitana, año 2012. (tesis de licenciatura) Universidad San Martín, concluye: que las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores cuentan con una gestión de costos, pero no han establecido un mecanismo estratégico ante un mercado competitivo, por ende, han obtenido resultados moderados y no han estado en constante crecimiento económico y financiero.



## CONCLUSIONES

La investigación tuvo como propósito identificar el efecto de la gestión de costos en la toma de decisiones para la fijación de precios de la empresa "EL AS" servicios generales de Cajamarca, 2017, lo cual dio como resultado que la gestión de costos de la empresa "EL AS" servicios generales E.I.R.L. está en situación deficiente ya que los trabajadores no tienen un claro conocimiento al respecto para la toma de decisiones en la fijación de precios, habida cuenta que se hace por imitación o en forma empírica y no de una manera técnica y profesional como debería hacerse en toda empresa.

OE1: En cuanto al análisis de la situación actual de la gestión de costos en la empresa "EL AS" Servicios Generales E.I.R.L. de Cajamarca los hallazgos más resaltantes fueron que no se conoce que es gestión de costos, que la gestión de costos no es importante, que se conoce algo sobre lo que es costo, que el costo de compra, de ventas, gastos de transportes, los gastos de administración y de ventas se calculan por imitación, que conoce algo que es gasto, y que los trabajadores señalan que la gestión de costo si es importante para la fijación del precio de venta para la empresa el "AS" Servicios Generales E.I.R.L. de Cajamarca.

OE2: En cuanto al análisis de la situación actual de la toma de decisiones para la fijación de precios de venta en la empresa "EL AS" Servicios Generales E.I.R.L. de Cajamarca, lo más resaltante es que hay conciencia que la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa "EL AS" Servicios generales E.I.R.L. es importante, pero manifiestan que la toma de decisiones para la fijación del precio de venta en la empresa es por imitación.

## RECOMENDACIONES

- Elaborar un plan de capacitación para el personal en general en temas contables y administrativos, para mejorar la gestión en todos los aspectos que una empresa desarrolla, como es:
  - Costos
  - Presupuestos,
  - Administración general,
  - Toma de decisiones, etc.
- Capacitar a los ejecutivos de la empresa “EL AS” Servicios Generales E.I.R.L de Cajamarca en temas administrativos para que sean conscientes que deben trabajar en forma profesional y no en forma empírica porque ello no les ayuda en nada a poner en acción una gerencia moderna acordes de estos tiempos de aguda y cada vez más agresiva competencia.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

- Cieza, A. (2004). *Costos de producción y la toma de decisiones en la empresa de derivados lácteos El milagro E.I.R.L. Paccha Chota 2014.* (tesis de licenciatura) Universidad Nacional de Cajamarca.
- Flores, J. (2009) *Contabilidad Gerencial.* Lima, Perú. Editores CECOF
- Hellriegel, S. (2004). *Administración.* México: Mc Graw Hill.
- Meza, V. (2013), *La gestión estratégica de costos en la rentabilidad en las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores en Lima Metropolitana, año 2012.* (tesis de licenciatura) Universidad San Martín
- Ortiz, H. (2006) *Análisis financiero.* Lima, Perú. Editorial externado
- Quiroa, C. (2014). *Toma de decisiones y productividad laboral* (tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar.
- Robbins, S. (1995). *Administración.* Mexico: Mc Graw Hill.
- Stoner, F. (1996). *Administración.* Mexico: Pearson Educación.

# **ANEXOS**

## Anexo 1. Encuesta

### UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL DE LA EMPRESA "EL AS"  
SERVICIOS GENERALES E.I.R.L. DE CAJAMARCA

**OBJETIVO:** La presente encuesta tiene como objetivo analizar el efecto de la gestión de costos en la toma de decisiones para la fijación de precios en la empresa "EL AS" Servicios Generales E.I.R.L. de Cajamarca.

**INSTRUCCIONES:** Marque con un aspa (X) según su criterio.

#### A. SOBRE GESTION DE COSTOS

1. ¿Conoce Ud. que es gestión de costos?  
Si ( ) No ( ) Algo ( )
2. ¿Cree Ud. que la gestión de costos es importante?  
Si ( ) No ( ) Regular ( )
3. ¿Conoce Ud. que es un costo?  
Si ( ) No ( ) Algo ( )
4. ¿Conoce Ud. que es un costo de compras?  
Si ( ) No ( ) Algo ( )
5. ¿Cómo calcula Ud. el costo de compras?  
Técnicamente ( ) Empíricamente ( ) Por imitación ( )  
Si ( ) No ( ) Algo ( )
6. ¿Conoce Ud. que es un costo de ventas?  
Si ( ) No ( ) Algo ( )
7. ¿Cómo calcula Ud. el costo de ventas?  
Técnicamente ( ) Empíricamente ( ) Por imitación ( )
8. ¿Conoce Ud. que es un costo de transporte?  
Si ( ) No ( ) Algo ( )

9. ¿Cómo calcula Ud. el costo de transporte?  
 10. Técnicamente ( ) Empíricamente ( ) Por imitación ( )
10. ¿Conoce Ud. que es un gasto?  
 Si ( ) No ( ) Algo ( )
11. ¿Conoce Ud. que es un gasto de administración?  
 Si ( ) No ( ) Algo ( )
12. ¿Conoce Ud. que es un gasto de ventas?  
 Si ( ) No ( ) Algo ( )
13. ¿Conoce Ud. que es un gasto financiero?  
 Si ( ) No ( ) Algo ( )
14. ¿Cómo calcula Ud. sus gastos?  
 Técnicamente ( ) Empíricamente ( ) Por imitación ( )
15. ¿Cree Ud. que la gestión de costos es importante para tomar decisiones para fijar el precio de ventas?  
 Si ( ) No ( ) Algo ( )

## **B. TOMA DE DECISIONES EN LA FIJACION DE PRECIO DE VENTA**

16. ¿Conoce Ud. que es toma de decisiones?  
 Si ( ) No ( ) Algo ( )
17. ¿Toma de decisiones respecto a la fijación de su precio de venta?  
 Si ( ) No ( ) Algunas veces ( )
18. ¿Cómo calcula el precio de venta?  
 Técnicamente ( ) Empíricamente ( ) Por imitación ( )
19. ¿Cuál de los siguientes aspectos cree Ud. que conforman el precio de venta?  
 Costo total ( ) Utilidad ( ) Ambos ( ) Ninguno ( )
20. ¿Cree Ud. que el precio de venta es importante para la empresa?  
 Si ( ) No ( ) No sé ( )

21. ¿Investiga Ud. el precio de mercado para fijar el precio de venta de sus productos?

Si ( ) No ( ) No sé ( )

## Anexo 2. Matriz de consistencia metodológica

Titulo	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Población	Muestra	Instrumentos	Procesamiento
“La Gestión de Costos y su Efecto en la Toma de Decisiones para la fijación del precio de venta en la Empresa “El AS” Servicios Generales E.I.R.L. de Cajamarca, 2017”	<p><b>General</b> ¿Cuál es el efecto que tiene la gestión costos en la toma de decisiones para la fijación del precio de venta de la empresa “El AS” Servicios Generales de Cajamarca, 2017?</p> <p><b>Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la situación actual de la gestión de costos en la empresa “EL AS” servicios generales E.I.R.L. de Cajamarca?</li> <li>• ¿Cuál es la situación actual de la toma de decisiones para la fijación de precios de venta en la empresa “EL AS” servicios generales E.I.R.L. de Cajamarca?</li> </ul>	<p><b>General</b> Establecer el efecto la Gestión de los costos en la toma de decisiones para la fijación de precios de la empresa “El AS” servicios generales de Cajamarca, 2017.</p> <p><b>Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar la situación actual de la gestión de costos en la empresa “El AS” servicios generales de Cajamarca.</li> <li>• Analizar la situación actual de la toma de decisiones para la fijación de precios en la empresa “El AS” servicios generales de Cajamarca</li> </ul>	<p><b>General</b> La gestión de costos tiene un efecto directo en la toma de decisiones para la fijación de precios de la empresa “El AS” servicios generales de Cajamarca, 2017.</p> <p><b>Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La situación actual de la gestión de costos en la empresa “EL AS” servicios generales E.I.R.L. de Cajamarca, es deficiente.</li> <li>• La situación actual de la toma de decisiones para la fijación de precios de venta en la empresa “EL AS” servicios generales E.I.R.L. de Cajamarca, es deficiente.</li> </ul>	<p><b>Independiente</b></p> <p>Gestión de costos</p> <p><b>Dependiente</b></p> <p>Toma de decisiones para la fijación de precios</p>	La población de estudio estará conformada por los 5 trabajadores que laboran en la empresa “El AS” servicios generales de Cajamarca	La muestra estará constituida por los 5 trabajadores que laboran en la empresa “El AS” servicios generales de Cajamarca. Es decir, la muestra será no probabilística tipo censo.	<p><b>Técnicas de Recopilación de Información:</b> Aplicación de la técnica de la encuesta, mediante el instrumento cuestionario para determinar el efecto de la gestión de costos en la toma de decisiones para la fijación de precios de la empresa “El AS” servicios generales de Cajamarca, 2017.</p>	<p><b>Técnicas de Procesamiento de la Información:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Computarizada con el software Excel.</li> <li>• Tabulaciones</li> </ul> <p><b>Técnicas de Análisis e Interpretación de Resultados:</b> Análisis y Evaluación de la Información para cada variable e indicador.</p>



