



**UNIVERSIDAD NACIONAL
“SANTIAGO ANTUNEZ DE MAYOLO”**

FACULTAD DE ECONOMIA Y CONTABILIDAD

**“LOS COSTOS BASADOS EN ACTIVIDADES (ABC) Y SU
INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DEL GRAN HOTEL
ALTURAS DE LA CIUDAD DE HUARAZ, PERIODO 2014-
2015”**

**TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR:

Bach. LIENDO VILLARREAL, Juan Carlos

ASESOR: Dr. OJEDA PEREDA, William Zacarías

HUARAZ – PERU

2016

MIEMBROS DEL JURADO

Dr. LOEL SALUTOR BEDÓN PAJUELO
PRESIDENTE

Dr. MANUEL NICOLAS MORALES ALBERTO
SECRETARIO

CPC. LEONCIO FLORENTINO COCHACHIN SANCHEZ
VOCAL

DEDICATORIA

Esta investigación está dedicada primero a DIOS por darme la oportunidad de vivir, abrirme los caminos y ayudarme a vencer obstáculos.

A mi esposa e hijos por estar siempre a mi lado, por ser pacientes y colaborar en todo momento, por ayudarme a superarme y enseñarme a ser constante.

AGRADECIMIENTO

A mi familia, especialmente a mis padres, por ser la razón de mi existencia, sabiendo que este logro representa para ustedes satisfacción. Los quiero.

A las empresa hotelera “Gran Hotel Alturas” de la ciudad de Huaraz, por la información brindada para darle la rigurosidad técnica a la investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
RESUMEN.....	8
ABSTRAC	10

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1.1. DESCRIPCION Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA	14
1.3. OBJETIVOS	14
1.4. JUSTIFICACIÓN	15
1.5. HIPÓTESIS	16
1.6. VARIABLES DE LA INVESTIGACION	17

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 ANTECEDENTES	18
2.2 MARCO TEÓRICO	23
2.2.1 TEORIA DE COSTOS	23
2.2.2 ACTIVITY – BASED COSTING (ABC): COSTEO BASADO EN ACTIVIDADES.....	25

2.2.3. ENSAYO SOBRE COSTOS ABC.....	46
2.2.4. CONCEPTO DE RENTABILIDAD	58
2.3 MARCO LEGAL.....	86
2.4. MARCO CONCEPTUAL	101

CAPITULO III

MATERIALES Y METODOS

3.1. TIPIFICACION DE LA INVESTIGACION	105
3.1.1 TIPO DE LA INVESTIGACION.....	105
3.1.2 NIVEL DE INVESTIGACION	105
3.1.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	105
3.1.4. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	106
3.2. OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES	106
3.3. FORMALIZACION DE LA HIPOTESIS.....	107
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	107
3.5. TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y FUENTES DE RECOPIACIÓN DE DATOS	108
3.6. FORMA DE TRATAMIENTO DE DATOS	108
3.7 FORMA DE ANALISIS DE LAS INFORMACIONES	109

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1. PRESENTACION DE DATOS GENERALES.....	110
---	-----

4.2. PRESENTACION Y ANALISIS DE DATOS RELACIONADOS CON CADA OBJETIVO DE INVESTIGACION	111
4.2.1 En Función al Objetivo General.....	111
4.2.2 En Función al Primer Objetivo Específico.....	119
4.2.3 En Función al Segundo Objetivo Especifico	123
4.3. PRUEBA DE HIPOTESIS	127
4.3.1. Primera Hipótesis.....	129
4.3.2. Segunda Hipótesis.....	132
4.4. INTERPRETACION Y DISCUSION DE RESULTADOS.....	136
4.4.1. Relacionado al Marco Referencial.....	136
4.4.2. Relacionado a las Hipótesis	138
CONCLUSIONES	140
RECOMENDACIONES	142
BIBLIOGRAFÍA	144
Referido al tema	144
Referido a la metodología	146
ANEXOS	147
Matriz de consistencia.....	148
Instrumentos de recolección de datos	149
Caso Práctico Acerca de la Implantación del Costeo Basado En Actividades ABC en el Gran Hotel Alturas en la Ciudad de Huaraz.....	153

RESUMEN

El contenido de la presente tesis, tiene como objetivo principal el evaluar la incidencia del Sistema de Costos ABC En la rentabilidad del Gran Hotel Alturas de la ciudad de Huaraz, periodo 2014-2015.

Debido a que el Gran Hotel Alturas EIRL, carece de un sistema de costos, que le facilite a la gerencia general planear, tomar decisiones y ejercer un control de costos adecuado, es que surgió la necesidad de determinar y evaluar un sistema de Costo ABC que proporcione una información confiable, oportuna y lo más exacta posible sobre el costo de sus servicios, para una correcta toma de decisiones por la gerencia general.

La hipótesis establece la influencia del Sistema de Costos ABC en la rentabilidad del Gran Hotel Alturas, 2014-2015.

Los resultados de la investigación confirman la hipótesis, por lo tanto se concluye que si se determina y se distribuye adecuadamente los costos indirectos; entonces se lograría mejorar la rentabilidad de Gran Hotel Alturas de la Ciudad de Huaraz.

La recomendación formulada sugiere que la gerencia del Gran Hotel Alturas de la Ciudad de Huaraz es responsable del desarrollo de la misma, por lo cual están obligados a conocer los costos de los servicios que ofrecen, en coordinación con sus contadores deben implementar un sistema de costo no tributario, sino administrativo que proporcione información del costo en los que se incurre en cada actividad específica, y por medio de estas, determinar un adecuado precio del servicio brindado.

Finalmente se detalla el procesamiento y análisis de los datos, los mismos que son producto de la aplicación del método inductivo, los datos estadísticos que sostienen esta investigación, provienen del análisis documental realizado el cual permitió evidenciar un nivel de significación directa entre el Sistema de Costo ABC con la rentabilidad de Gran Hotel Alturas.

Palabras claves: Sistema de Costo ABC, Rentabilidad.

ABSTRAC

The content of this thesis, whose main objective assess the incidence ABC System Costs the profitability of Grand Hotel Alturas companies in the city of Huaraz, 2014-2015.

Because the construction company Grand Hotel Alturas, lacks a cost system, which provides the general management

Plan, make decisions and exercise proper control costs, since before this weakness became necessary to identify and evaluate a system that provides cost ABC a reliable, timely and as accurate as possible on the cost of their services, for a correct decision making by senior management.

The hypothesis states influence of System Charges ABC profitability of the construction company of the Grand Hotel Alturas, Huaraz City, 2014-2015.

The research results confirm the hypothesis, so we conclude that if it is determined and indirect costs are properly distributed, then may improve the profitability of the construction company from Grand Hotel Alturas of Huaraz.

This recommendation suggests that management of the construction company Grand Hotel Alturas of Huaraz are responsible for developing it, so they are obliged to meet the costs of their services, in coordination with their accountants should implement a no tax cost, but to provide information administrative cost incurred in each specific activity, and through these, determine an appropriate price for the service provided.

Finally, detailed processing and analysis of data, the same result from the application of the inductive method , statistical data supporting this research are from the documentary analysis which allowed direct demonstrate a level of significance between the System Cost ABC to profitability Grand Hotel Alturas.

Keywords: ABC System Cost, Profitability.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. IDENTIFICACION, FORMULACION Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1.1. Descripción y Planteamiento del Problema.

“El Gran Hotel ALTURAS” está situado en la ciudad de Huaraz capital del departamento de Ancash. En la ciudad de Huaraz la participación del sector hotelero es trascendental por ser una ciudad con un gran potencial turístico y el sector de servicios hoteleros cumple una función muy relevante para el desarrollo de esta actividad, por ende es necesario su fortalecimiento a través de resultados óptimos y buen servicio a brindar.

Es importante indicar, que la organización funcional de una empresa hotelera requiere y exige en la actualidad un perfil de formación profesional acorde a las necesidades de funcionamiento óptimo mediante el uso eficiente de sus recursos y la generación de beneficios razonables para alcanzar metas y lograr objetivos deseados. Es relevante precisar que en la gran mayoría de las empresas hoteleras de la ciudad de Huaraz, no se han observado correctamente las variables mencionadas.

La problemática hotelera se ve agravada por la ineficiente aplicación o adopción de un sistema de costeo basado en cálculos técnicos y científicos, esta situación ha generado que el precio por los servicios hoteleros sean elevados para determinados sectores de la población, además de no ser competitivos; consiguientemente la demanda del servicio disminuye haciendo peligrar la sostenibilidad de la organización del mercado.

Por lo tanto la investigación propone que un adecuado Sistema de Costo ABC incide en la rentabilidad de la empresa hotelera “Gran Hotel ALTURAS de Huaraz”. El éxito principal de este sistema consiste en gerenciar correctamente las actividades que son las causas de los costos, son las actividades las que consumen recursos y no los productos, por lo tanto la gestión de costos se puede determinar de manera eficiente mediante el seguimiento de las actividades. Además este sistema de costos es la de una reducción y mejora de la estructura de costos, así como el incentivo para la implicación de todos los responsables de la empresa, lo que garantizará el éxito en su utilización como instrumento de gestión y control de acciones.

Los modelos de costos basados en actividades captan, miden y analizan el consumo de recursos provocados al ejecutarse dichas actividades, es decir determina el costo de un producto como consecuencia del consumo que éste hace de los recursos y de los materiales.

Esto permite medir la eficiencia y eficacia del sistema de costos ABC, en la rentabilidad de la empresa “Gran Hotel ALTURA” y hacer mejoras continuas de las mismas.

1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA.

1.2.1. Problema General.

¿Cómo influyen los “Costos Basados en Actividades (ABC)” en la rentabilidad del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz periodo 2014-2015?

1.2.2. Problemas Específicos.

- ¿Cuál es el nivel de efectividad de los “Costos Basados en Actividades (ABC)” en la rentabilidad del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz periodo 2014-2015?
- ¿Cuál es el nivel de efectividad de los “Costos Basados en Actividades (ABC)” en la rentabilidad del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz periodo 2014-2015?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General.

Describir la influencia de los “Costos Basados en Actividades (ABC)” en la rentabilidad del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz periodo 2014-2015.

1.3.2. Objetivos Específicos.

- Describir el nivel de efectividad de los “Costos Basados en Actividades (ABC)” del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz periodo 2014-2015.
- Identificar las variaciones generadas con el grado de distribución adecuada de los “Costos Basados en Actividades (ABC)” del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz periodo 2014-2015.

1.4. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION.

La presente investigación es conveniente ya que es importante resaltar los beneficios que probablemente se generan en la rentabilidad del Gran Hotel ALTURAS con la influencia del “Costeo Basado por Actividades (ABC)”.

Los beneficiarios de la presente investigación serán las empresas pertenecientes al sector hotelero específicamente del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz.

La presente investigación ayudara a resolver los problemas relacionados con la rentabilidad establecida por las empresas hoteleras, los cuales demandan de soluciones de inversión adecuada para su posterior crecimiento y un mejor posicionamiento en el mercado actual.

La información que se obtendrá tiene carácter empírico por lo cual se basa en la realidad.

La presente investigación ayudará a recolectar y analizar datos nuevos para posteriores análisis y mejoramientos futuros del presente trabajo a desarrollar generando un valor teórico precedente para futuras generaciones.

1.5. HIPOTESIS.

1.5.1. Hipótesis General.

Los “Costos Basados en Actividades (ABC)” influyen positivamente en la rentabilidad del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz periodo 2014-2015.

1.5.2. Hipótesis Específicas.

- El nivel efectividad de los “Costos Basados en Actividades (ABC)” generan una margen de aceptación adecuada en cuanto a la maximización de la rentabilidad del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz.
- Las variaciones generadas con el grado de distribución adecuada de los “Costos Basados en Actividades (ABC)” representan un beneficio en cuanto a la optimización y estandarización de los costos a comparación de los costos actuales mejorando la rentabilidad del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz.

1.6. VARIABLES.

VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES
Costos Basados en Actividades (ABC) (X)	Gran Hotel Alturas.	Nivel de efectividad de los “Costos Basado en Actividades (ABC)”. Grado de distribución adecuada de los “Costos Basado en Actividades (ABC)”.
La rentabilidad (Y)	Variación de la rentabilidad.	Intensidad de la inversión de la empresa hotelera Alturas. Índice de rentabilidad neta sobre las ventas. Índice de rentabilidad del patrimonio. Índice de rentabilidad de la Inversión. Índice de rentabilidad por acción.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.

2.1.1. ANTECEDENTES ACADEMICOS DE LA INVESTIGACIÓN

a) A NIVEL LOCAL

ANTICONA, G., Deysi D. & LOYOLA, T., Yenina N. (2012) ***“EL SISTEMA DE COSTOS ABC Y SU INCIDENCIA EN LA GESTION DE LAS EMPRESAS HOTELERAS DE LA CIUDAD DE HUARAZ ,2010”*** (Tesis de Contador Público). Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo de Huaraz, Perú. Concluye que las empresas hoteleras de la ciudad de Huaraz, fija sus precios de acuerdo a las especulaciones sin tomar en cuenta los costos en los que han incurrido en las diferentes áreas, a falta de un modelo generalizado de costeo ABC que refleja la buena gestión empresarial, mientras que las empresas hoteleras que aplican un sistemas de costos ABC han podido obtener una rentabilidad mayores al 30% reflejando de esta manera que el sistema de costos ABC incide positivamente en la gestión de las empresas hoteleras.

(Rodas & Torre, 2006) “EL SISTEMA DE COSTOS ABC Y SU INCIDENCIA EN LA GESTION DEL GRUPO ORTIZ DE LA CIUDAD DE HUARAZ ,2006” (Tesis de Contador Público).

En dicho informe se llegó a la siguiente conclusión: Los directivos del Grupo Ortiz, deben adoptar políticas de gestión empresarial en su rubro maquinaria pesada sobre la base del planteamiento estratégico de costos, gerenciamiento y presupuestos por actividades o costo ABC, explotando racionalmente sus fortalezas, aprovechando agresivamente oportunidades, superando debilidades y enfrentando amenazas con la participación activa de su capital humano eficiente.

La empresa Grupo Ortiz, para su rubro de maquinaria pesada, debe considerar del costeo ABC que se propone en el presente estudio a fin de aprovechar sus bondades para ser más competitiva y contributiva con el propósito de garantizar la sostenibilidad de este servicio en el largo plazo; así mismo constituir un modelo piloto que gradualmente debe ser considerado por otras organizaciones de la zona y otras partes del país que se dedican a similar giro.

La investigación realizada, demuestra a la hipótesis principal considerando, que del 91.30% de las personas encuestadas el 82.69% considera viable la implementación del Sistema de Costo ABC para su empresa por múltiples bondades para desarrollar una adecuada administración de estas, enmarcándose en ese rango los directivos y funcionarios del Grupo Ortiz – rubro alquiler de maquinaria pesada.

(Torres, 1998),“EL SISTEMA DE COSTOS ABC Y SU INCIDENCIA EN LA GESTION DE LAS EMPRESAS HOTELERAS DE LA CIUDAD DE HUARAZ ,1998” (Tesis de Contador Público). El que concluye con lo siguiente, Estudio realizado con 26 empresas hoteleras de la provincia de Huaraz, Concluye diciendo: “está demostrado que la estructura de costos de los establecimientos de hospedaje en la provincia de Huaraz no determina adecuadamente la fijación de precios de estos servicios, debido a que los propietarios y/o gerentes no tienen la formación profesional necesaria, y en su caso, no cuentan con asesoramiento profesional idóneo. Por lo tanto, casi todos los conductores de costos establecimientos tienen una administración empírica de su empresa.

(Maguiña & Cacha, 2007)“EL SISTEMA DE COSTOS ABC Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE DE LA CIUDAD DE HUARI, 2007” (Tesis de Contador Público). Dicha tesis concluye: La adecuada determinación y control de la estructura de costos es una herramienta indispensable el conocimiento real del margen de rentabilidad en las empresas de transportes Huaraz- Huari.

La adecuada administración de costos incide directamente en los resultados de gestión de las empresas de transportes Huaraz- Huari.

El estudio ha demostrado un 61,2% de servicio regular, apoyado en una estructura de costos empíricos aplicado por los administradores de las empresas en estudio.

b) ANIVEL NACIONAL

(Carrión, 2002) El que concluye de la siguiente: El sistema de Costos ABC permite superar las falencias del Costeo Histórico en los siguientes aspectos: Eludir el problema de la fluctuación en el costo de los insumos estimado costos estándares. Permitirá una más eficiente utilización de recursos. Conocer anticipadamente los costos para la determinación de cotizaciones especiales. Permitirá determinar desviaciones de materia prima, mano de obra directa, de costos indirectos de fabricación y detectar las causas y responsabilidad a fin de tomar medidas correctivas.

Al distribuir los costos indirectos mediante la metodología del ABC, se reconoce la relación causa-efecto entre los generadores de costo y las actividades, brindando el conocimiento necesario para el mejoramiento y la optimización de los procesos. La complejidad de los procesos generara mayores costos.

c) A NIVEL INTERNACIONAL

Nicolau R., Alfred R., (2002) ***“EL MODELO ABC EN HOTELES IMPLANTACIÓN DE UN MODELO DE COSTOS ABC EN EL SECTOR HOTELERO, ESTUDIO DE UN***

CASO". (Tesis Doctoral). Universidad Rovira de México, México. Concluye, que el sistema de Costos ABC nos permite identificar los costos incurridos en las diferentes actividades de cada uno de los departamentos, con la finalidad de obtener información oportuna y precisa sobre los costos indirectos que se asignarán a los costos de producción de manera eficiente en el sector hotelero.

Delgado G. Wilson G., (2010) "**DISEÑO DE UN SISTEMA DE COSTOS CON EL MÉTODO ABC PARA EL HOTEL LA GIRALDA DE LA CIUDAD DE IBARRA**". (Tesis de Contador Público). Universidad Autónoma de *Ibarra*" Ibarra. – Ecuador. Recomienda, que al implementar el sistema de Costos ABC en la empresa para asignar de manera adecuada los costos indirectos a los productos y servicios, eliminar las actividades que no son necesarias ya que estas consumen recursos y capacitar a los trabajadores en lo referente al tema así de esta manera la empresa ser más competitivo dentro del mercado.

2.2. MARCO TEORICO

2.2.1 TEORIA DE COSTOS

2.2.1.1. NATURALEZA, CONCEPTO Y CLASIFICACION DE LA CONTABILIDAD DE COSTOS

El propósito fundamental de la contabilidad es de proporcionar información financiera relacionada con una entidad económica. Así la contabilidad se refiere a la medición, al registro y a la presentación de este tipo de información a varios grupos de usuarios, al igual que otras personas que proveen fondos o que tienen diversos intereses en las operaciones de la entidad.

Así casi trescientos años las transacciones que se realizaban con otros comerciantes y clientes se hacía sobre una base objetiva, el comerciante sabía el precio que pagaba por los productos, lo que recibía y los costos no relacionados con estos. La utilidad del comerciante y la ganancia de cada producto vendido eran simples de calcular.

Por supuesto el ambiente comercial ha cambiado. A medida que aumentan las necesidades de los usuarios también evolucionan los conceptos de contabilidad que satisfacen las exigencias de un ambiente comercial cambiante. A principios del siglo XIX la revolución industrial introdujo el proceso de producción de múltiples etapas y fue necesario determinar el costo de cualquier producto en

cada fase y medir el desempeño de los trabajadores y gerentes en todas las etapas.

En las empresas de manufactura de múltiples productos de comienzos del siglo XX no era suficiente explicar todos los costos que generaban determinado producto, a medida que se avanzaba en el proceso de producción. Ahora muchos productos utilizan los mismos recursos y esto hace que la contabilización de los costos de cada producto sea aún más difícil puesto que estos recursos tienen que asignarse a más de un producto

2.2.1.2. DEFINICION DE COSTOS

(Ralph S. Polimeni, 1997, pág. 11)El costo se define como el valor sacrificado para adquirir bienes o servicios. En el momento de la adquisición el costo que se incurre es para lograr beneficios presentes o futuros.

2.2.1.3. ELEMENTOS DEL PRODUCTO (COSTOS DEL PRODUCTO)

A. MATERIALES

Son los principales recursos que se usan en la producción, estos se transforman en bienes terminados con la adición de mano de obra directa y costos indirectos de fabricación. El costo de los materiales se puede dividir en materiales directos e indirectos.

B. MANO DE OBRA

Es el esfuerzo físico o mental empleados en la fabricación de un producto. Los costos de mano de obra pueden dividirse en mano de obra directa y mano de obra indirecta.

C. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION

Se utiliza para acumular los materiales indirectos, la mano de obra indirecta y los demás costos indirectos de fabricación que no pueden identificarse directamente con los productos específicos.

2.2.2 ACTIVITY – BASED COSTING (ABC): COSTEO BASADO EN ACTIVIDADES.

2.2.2.1 ANTECEDENTES¹:

CAM International: Manufacturera Asistida por Computadora Internacional (Computer Aided Manufacturing – International CAM – I), fue creada en los Estados Unidos de Norteamérica en el año 1972, como una organización sin fines de lucro, que agrupa industriales, consultores y universitarios, cuyos estudios e investigaciones, se basa en el principio de cooperación mutua. Dirige programas de investigación; habiendo ganado un enorme prestigio en el campo de la gestión de empresas, gracias a innovadores trabajos que le han permitido, entre otros aportes; definir, a través del programa CMS, los

¹**Bellido Sánchez Pedro Alberto.** Costos ABC. Costeo Basado en Actividades. Pág. 179. Perú. 2005.

conceptos fundadores del ABC (Activity – Based Costing). Tales conceptos, fueron publicados en asociación con Harvard Bussines School en una obra titulada: Gerencia de Costos para la Manufactura de hoy.

Douglas T. Hicks, considera que: A finales de los ochenta, organizaciones como CAM-I (Computer Aided Manufacturing – International) y la National Association of Accountants *introdujeron el sistema de cálculo de costos basado en actividades...*²

CAM-I lanzo en el año 1992, el programa de investigaciones en gestión empresarial denominado Sistemas Avanzados de Manufactura cuyo objetivo es contribuir progresivamente un marco unificado, para una serie de métodos de progreso a menudo parciales y ajenos al control tradicional como:

- ❖ La calidad Total
- ❖ El Justo a Tiempo, JIT
- ❖ El Kaizen
- ❖ La Reingeniería

Harvard Bussines School: la escuela de Negocios de Harvard, a través de varios de sus académicos, contribuyo en gran medida en la aparición del ABC. Los profesores Kaplan y Johnson, en el año 1987, escribieron el interesante libro titulado: *Relevancia perdida: Auge y*

²**Hicks Douglas.** El sistema de costos basado en las Actividades (ABC) Guía para su implementación en pequeñas y medianas empresas. Pag. 15 Alfaomega. Mexico. 1998.

Caída de la Contabilidad Gerencial. Donde mencionan que los sistemas tradicionales de costos y los Sistemas Tradicionales de Control de Gestión, que se aplicaban por dicha época en las organizaciones empresariales estadounidenses, tenían una escasa utilidad para poder determinar consistentemente los costos, articular un auténtico control de costos o incentivar la generación de valor o riqueza económica a largo plazo.

En el año 1985, el profesor Robert S. Kaplan en su artículo titulado: *“Contabilidad atrasada: La obsolescencia del Sistema de Contabilidad de Costos”* menciona que la compañías están realizando cambios fundamentales en sus organizaciones y en las tecnologías utilizadas en sus procesos de manufactura. Propone a cuatro compañías como ejemplos de nuevos procedimientos y equipamiento de operaciones de manufactura contemporáneas, generalmente controladas por computadoras, donde los tiempos de espera y los inventarios de productos en proceso se han reducido, se han producido muchos cambios dentro de las organizaciones, pero frente a tales cambios, el único constante o que no ha cambiado en la firma, es el Sistema de Contabilidad Gerencial o de Gestión.

En la primavera de 1987, Robín Cooper, profesor adjunto de Administración de Empresas en Harvard Business School, escribió el artículo titulado: *¿Necesita su compañía un nuevo Sistema de Costos?*, allí menciona que desafortunadamente, existen

considerables evidencias, que los Sistemas de Contabilidad de Costos, no informa correcta o exactamente el costo de los productos manufacturados, principalmente por dos razones: 1. No diseñan sus informes de costos exactos. 2. Los informes no se han modificado en la medida en que los procesos de producción han cambiado.

En resumen Cooper y Kaplan, consideran que los productos de poco volumen, generan más transacciones o actividades por unidad fabricada, que sus contrapartes de gran volumen, por ello, la participación por unidad de estos costos, deben ser mayores para los productos de poco volumen. Pero cuando se utiliza bases de asignación, relacionadas con el volumen, para asignar los costos por departamentos de apoyo (o CIF), como lo hacen los Sistemas Tradicionales de Costos, los productos de gran volumen y los de poco volumen, reciben costos similares, relacionados con las transacciones.

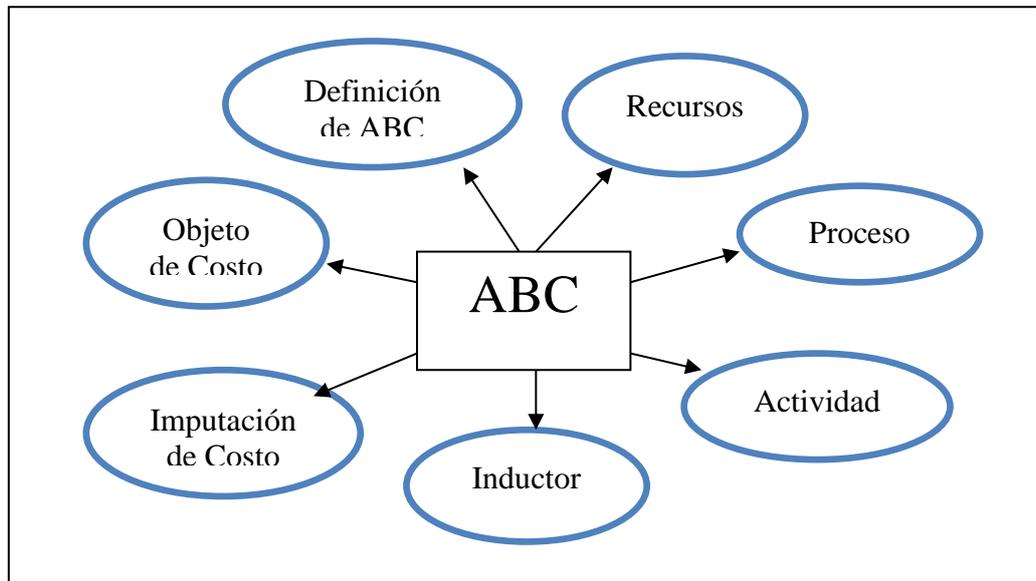
DEFINICIONES Y CONCEPTOS DE ABC

El Costeo Basado en Actividades o ABC (Activity Based Costing), ha creado una serie de definiciones y conceptos novedosos, propios del sistema, que permiten comprenderlo e interiorizarlo más rápidamente.

Entre los principales conceptos son:

- ❖ Definición de ABC
- ❖ Recursos
- ❖ Procesos
- ❖ Actividades

- ❖ Inductor
- ❖ Imputación de Costo
- ❖ Objeto de Costos

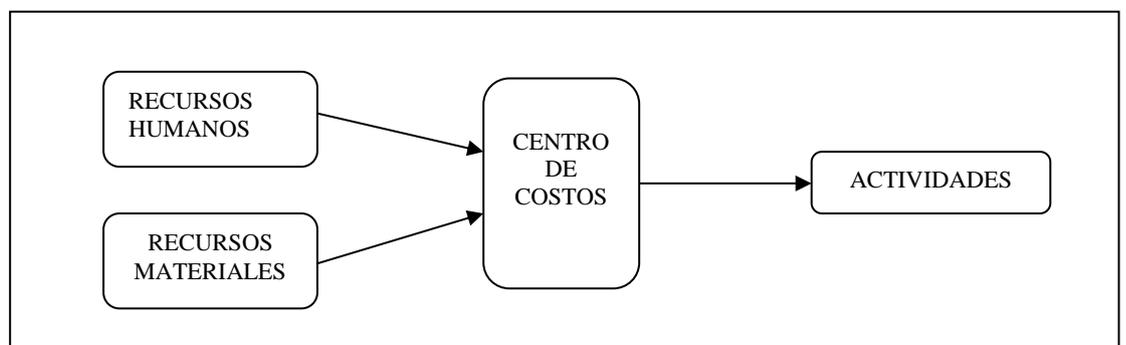


A) DEFINICIÓN DE ABC:

El ABC, se puede definir como: Un método de costeo, en el cual las Actividades son los objetos primarios o básicos de costeo. ABC, mide costos y resultados de las Actividades y asigna los Costos de aquellas actividades a otros objetos de costo, tales como productos o clientes, basados en su uso o consumo de Actividades.

El ABC, es pues un método moderno de costeo, el cual está basado en los Recursos que son consumidos por las Actividades que realiza una organización, mediante el uso de la asociación directa o causal, entre el costo de las Actividades y los objetos de costo.

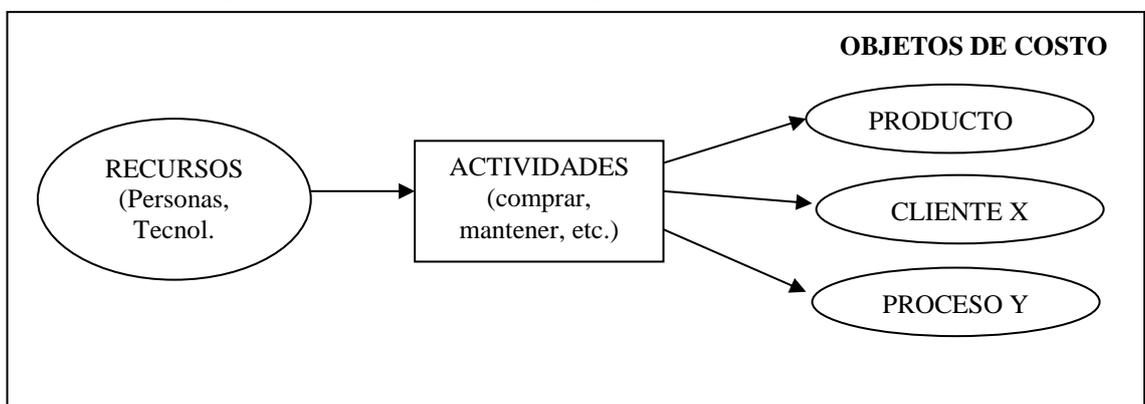
En ABC, los Centros de Costos (que en el paradigma tradicional de los Sistemas de Costos, solo acumulaban los costos incurridos y/o asignados a dichos Centros de Costos), pierden interés como portadores de costos y cambio, y lo adquieren como conjunto de recursos humanos y materiales, capaces de desarrollar Actividades. La figura muestra esta nueva visión de un Centro de Costos en el entorno ABC.



Fuente propia.

ABC, tiene una perspectiva de proceso, respecto al flujo de los costos, al imputar el costo de los **Recursos** (Personas, Tecnología, Maquinaria, etc.) a las **Actividades** y luego a los diversos **Objetos de costo**.

FLUJO DE COSTOS DEL ABC



Fuente propia

El ABC, es un método de costeo que determina o mide tanto el costo como el desempeño de las Actividades, imputando (relación causa – efecto) primero el costo de los Recursos a las Actividades e imputando (relación causa – efecto) luego, el costo de las Actividades a los diversos objetos de costo. ABC, reconoce que la diversificación de productos, aumenta la complejidad de los procesos de producción, incrementando a su vez, los CIF (Costos Indirectos de Fabricación), ya que se requiere de más inspecciones de calidad, compras de insumos diversos, cambios de modelos o matrices, manejo de materiales, etc. Las Asignaciones de los CIF, se basan en las actividades consumidas, las cuales varían según el número de transacciones.

B) RECURSOS:

Definición: Se considera Recursos, todo aquello que está disponible en la empresa para el desarrollo de sus actividades y que le permiten lograr sus fines.

Clasificación:

Los recursos de una organización se pueden clasificar en:

- a) Humanos: Personal
- b) Materiales: Materiales Directos, útiles de Oficina, Herramientas, Repuestos, Lubricantes.
- c) Equipos: Maquinarias, Equipos de Computación

- d) Instalaciones: Edificios, Almacenes.
- e) Servicios: Agua, Energía Eléctrica, Teléfono, Internet.

Los Recursos comprenden además los costos externos, los cuales incluyen servicios consumibles tales como: Transporte o fletes, útiles de oficina, Contratos de Mantenimiento, etc.

Los Recursos son identificados dentro del Sistema de Contabilidad de la organización, y cada Recurso previamente identificado como por ejemplo Depreciación de planta, debe tener su Inductor de Recurso y luego cada recurso debe ser imputado o atribuido a las Actividades que los consumen.

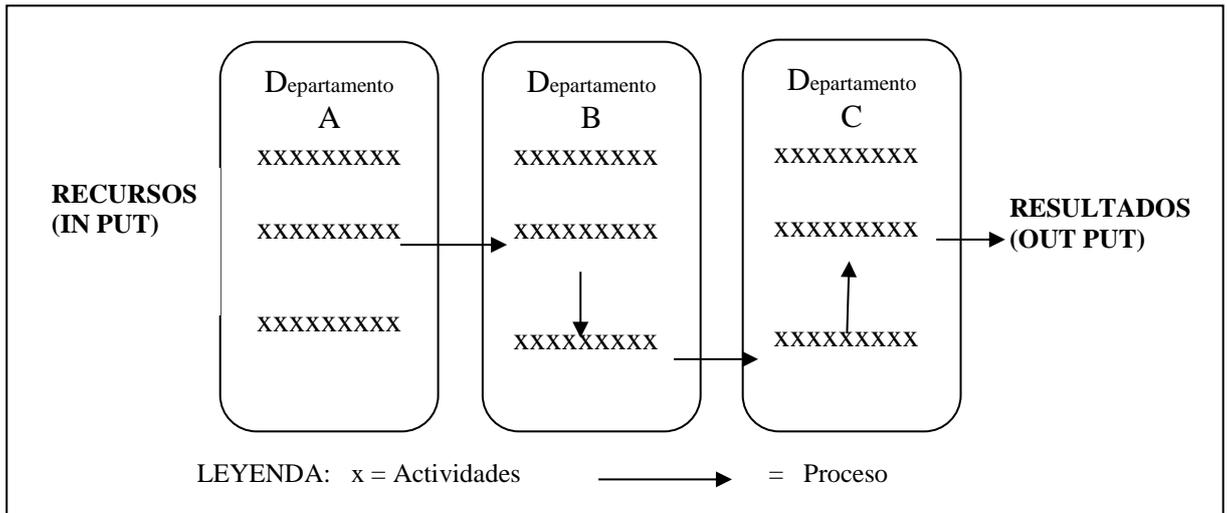
C) PROCESO:

Un Proceso es una serie de Actividades.

Un Proceso es una serie de actividades enlazadas o unidas para lograr un objetivo o resultado específico. Un Proceso tiene un inicio y un final y permite identificar claramente, las entradas (inputs) así como las salidas (output).

Un Proceso es un conjunto estructurado de actividades que tienen claramente definido un inicio y un final, el cual genera un producto o un servicio de valor intrínseco para el cliente, sea interno (dentro de la organización) o externo (fuera de la organización).

VISION DE PROCESO DEL ABC



FUENTE PROPIA

En la figura se observa que las Actividades (x), trabajan juntas constituyendo un proceso. Tales Actividades están unidas por una transacción, que emerge de una Actividad la siguiente Actividad. Las series de Actividades, referentes a una transacción, se originan en un evento, que puede ser por ejemplo una Orden de Producción.

D) ACTIVIDADES:

Definición: Se relacionan en conjuntos que forman el total de los procesos productivos, los que son ordenados de forma secuencial y simultánea, para así obtener los diferentes estados de costo que se acumulan en la producción y el valor que agregan a cada proceso.

Es la unidad básica del trabajo de una organización. La Actividad es la agregación de acciones, útil para gerentes, con propósitos de planeación, control y toma de decisiones.

CAM-I, define una Actividad como: Un conjunto de tareas en la misma función, con el mismo inductor y con la misma intensidad de uso del recurso.

James A. Brimson, señala que una Actividad: “es una combinación de personas, de tecnologías, de materias primas, de métodos y del entorno, que genera un producto o servicio dado. Una actividad describe lo que la empresa hace: la forma en que se emplea el tiempo y las salidas del proceso”³

Una Actividad es una operación ejecutada cotidianamente y que consume Recursos de los departamentos, para generar un resultado.

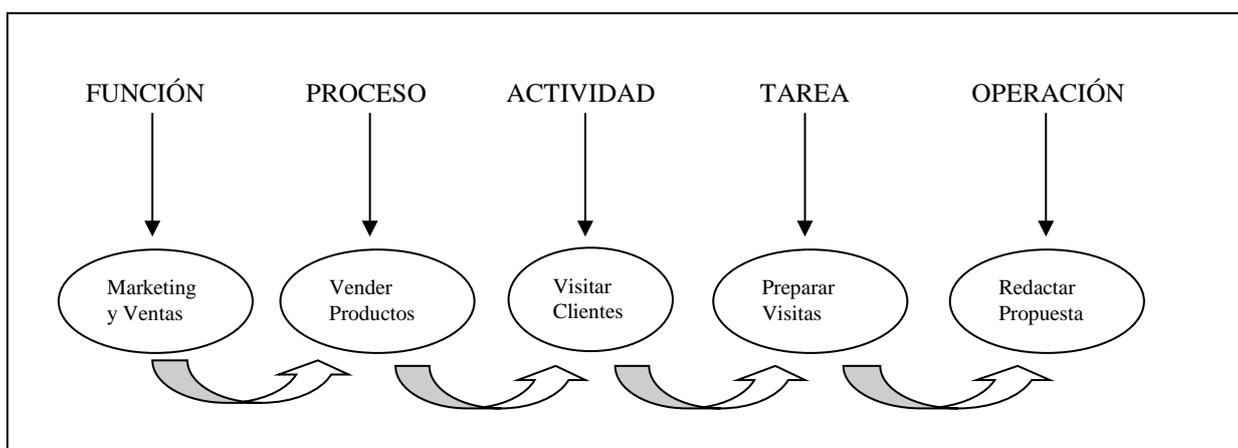
Una Actividad es lo que hace cotidianamente una organización, con los Recursos, para dirigir el negocio.

Las Actividades se componen de tareas y los procesos se componen de Actividades.

Además, el análisis de Actividades, implica comprender cabalmente, las Actividades que se realizan, los Recursos que se consumen y principalmente, aquello que causa dicho consumo de Recursos.

³Brimson, James. Contabilidad por Actividades. Pág. 67 Alfaomega. México. 1997

RELACION JERÁRQUICA DESDE FUNCION HASTA OPERACIÓN EN EL AREA DE VENTAS



FUENTE PROPIA

2.2.2.1. Características de las Actividades:

El ABC, tiene como soporte poderoso a las Actividades y estas tienen diversas características, que las convierten en herramientas de gestión de gran eficacia.

Las principales características, que James Brimson considera, que tienen las Actividades en un entorno ABC, son las siguientes:

- Son generadoras de costos
- Son acciones.
- Permiten obtener costos más exactos y precisos.
- Facilitan la evaluación de alternativas
- Orientan la Estrategia Corporativa.
- Complementan la Mejora Continua
- Son compatibles con la Gestión de la Calidad Total.
- Son comprendidas fácilmente por los usuarios.

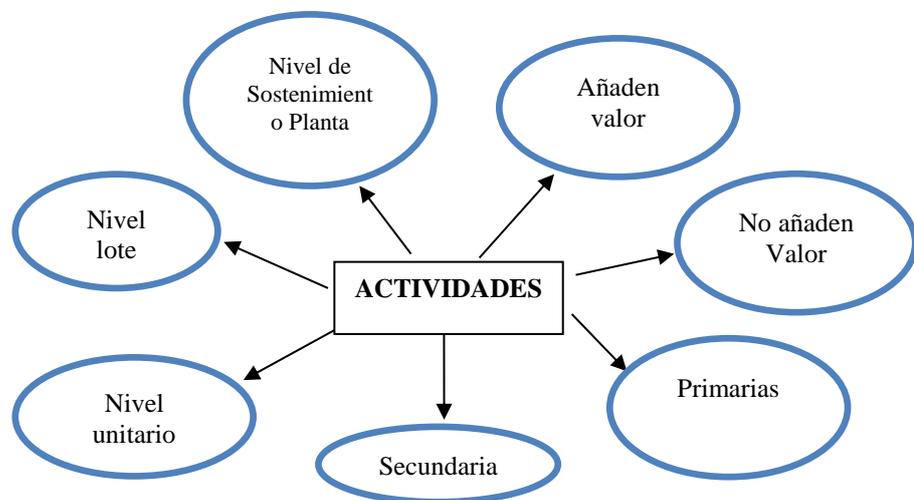
- Integran las medidas financieras y no financieras.
- Subrayan las interdependencias.
- Mejoran el apoyo a la toma de Decisiones.

Clasificación de las Actividades:

Las Actividades pueden clasificarse de diferente manera, pero principalmente se dividen en:

- a) Actividades que agregan o No agregan valor al producto.
- b) Primarias y Secundarias
- c) Unitarias, lote, sostenimiento del producto y sostenimiento de la planta.

CLASIFICACION DE LAS ACTIVIDADES EN ABC



FUENTE PROPIA

- a) Desde el punto de Vista si añaden o no añaden valor al producto:
 - a.1) *Actividades que añaden valor:* son actividades necesarias para fabricar el producto o prestar el servicio, o que la

organización necesita para desarrollar un adecuado funcionamiento, y que el cliente está dispuesto a soportar su costo. También se les denomina actividades con valor añadido.

a.2) *Actividades que no añaden valor:* son actividades que no son necesarias para la fabricación del producto o la prestación del servicio, que resultan innecesaria dentro del funcionamiento de la organización, que el cliente no está dispuesto a soportar su control. Por ejemplo reproceso o el almacenamiento, que no añade valor al producto, salvo, en el caso del almacenamiento, que la organización considere esencial esta actividad para su gestión.

b) Desde el punto de Vista su contribución al producto o servicio:

b.1) *Actividades primarias:* son aquellas actividades que contribuyen directamente al fin básico de una unidad organizativa. Por ejemplo: actividades de producción.

b.2) *Actividades secundarias:* son aquellas actividades que prestan ayuda a las actividades primarias y que no contribuyen directamente al fin básico de una unidad organizativa. Por ejemplo actividades de naturaleza administrativa.

c) Desde el punto de Vista de su relación con el producto :

c.1) *Actividades de nivel unitario*: son aquellas actividades que consumen recursos derivados del volumen de producción, vale decir que se incurren en ellas, cada vez que se fabrica una unidad de producto o de servicio. El número de veces que estas actividades de nivel Unitario son desarrolladas, está en función al número de unidades producidas. Estas actividades son directamente proporcionales al número de productos.

c.2) *Actividades de nivel lote*: son aquellas actividades que consumen recursos, derivados de la organización de la producción, vale decir, que se incurren en ellas cada vez que se fabrica un lote de productos. El número de veces que las actividades a nivel lote, son desarrolladas, estas en función al número de lotes producidos. Por ello el costo de estas actividades a nivel lote, puede ser imputado a los lotes individualmente, siendo indiferente el número de unidades de cada lote fabricado. Estas actividades son directamente proporcionales al número de lotes, pero son constantes cualquiera que sea el número de unidades de productos que se elaboren en cada lote.

c.3) *Actividades de nivel de Sostenimiento del Producto*: son aquellas actividades que se realizan como una necesidad para mantener la fabricación de cada diferente tipo de producto, que se derivan de la mera existencia del producto

o que se incurren para fabricar cierto tipo de productos. Estas actividades se realizan, para sostener productos de una misma línea. Los costos de estas Actividades de Sostenimiento del producto, no son proporcionales al número de productos o en otras palabras, son independientes el número de productos de cada lote. Por ejemplo: ingeniería, diseño de procesos, calidad, administración de producción.

c.4) Actividades de nivel de Sostenimiento de Planta o de Apoyo:

son aquellas actividades que se realizan para posibilitar los procesos de fabricación en general, es decir que apoyan el manteniendo general del proceso de fabricación. Estas actividades son comunes a todo tipo de productos que fabrique la organización. Por ejemplo: administración General, Dirección industrial, contabilidad, iluminación de la planta, recepción de materias primas, información de almacenaje o destino, limpieza de planta, sistemas de seguridad, mantenimiento general de edificios e instalaciones.

E) INDUCTORES (DRIVERS):

Definición de Inductor: Es cualquier evento, circunstancia o condición, que causa o hace que suceda algo. Por ejemplo un inductor de Costos, es un factor que causa o hace que el costo cambie o varié.

Un inductor es cualquier factor que afecte a los costos. Un inductor es una medida que se representativa de capacidad y habilidad.

Clasificación de los Inductores: Los inductores se pueden clasificar en:

a) **Inductores de Recursos:** Es la base de la asignación, que asigna los Recursos a los centros de Actividad o a las actividades. Se debe tener un Inductor de Recurso para cada Recurso.

Ejemplos de Inductores de Recursos para un departamento de ventas seria:

RECURSOS	INDUCTORES DE RECURSOS
• HUMANOS	Número de Personas
• EQUIPOS	Número de Computadoras
• INSTALACIONES	Número de metros cuadrados

FUENTE PROPIA

b) **Inductores de Actividades:** Una medida de frecuencia e intensidad de las demandas colocadas en Actividad por Objetos de Costo (o por otras Actividades). Se usa para asignar costos a Objetos de Costo (o a otras Actividades). Se debe tener un Inductor de Actividad para cada Actividad.

Ejemplos de Inductores de Actividades, serían los siguientes:

ACTIVIDAD	INDUCTORES DE ACTIVIDAD
Aprobar créditos	Número de créditos
Resolver reclamos	Número reclamos
Tramitar pedidos clientes	Número pedidos
Visitar clientes	Número clientes

FUENTE PROPIA

- c) **Inductores de Costos:** Se puede definir como aquel factor cuya incurrancia da lugar a un costo, este factor representa una causa principal de la actividad, por tanto pueden existir diferentes inductores en un centro de costos. También es factible definir un inductor de costo con un factor utilizado para medir cómo se incurre en un costo y/o cómo conducir a cada objeto de costo una porción de costos de cada actividad que éste consume. Para la selección adecuada de un inductor debe existir una relación de causa -efecto entre el driver y el consumo de éste por parte de cada actividad y cada objeto de costo, además de ser constante dentro de un lapso de tiempo específico, se oportuno, de fácil manejo y medición Un inductor de Costo es un factor que determina la carga de trabajo y el esfuerzo requerido para realizar una actividad. El inductor, determina porque una actividad es realizado y además que cantidad de esfuerzo se debe desplegar para llevar a cabo el trabajo. Un indicador de costo según Brimson es: “el factor cuya ocurrencia origina un costo”⁴

⁴**Brimson, James.** Contabilidad por Actividades. Pág. 67 Alfaomega. México. 1997.

F) IMPUTACIÓN COSTOS Y ABC:

El ABC, al establecer la relación causa/efecto o relación de causalidad, para costear los objetos de costos, está realizando una Imputación o Atribución de los CIF a los objetos de costo. En el sistema de costos tradicionales, lo que se realiza es una Asignación de los CIF a los productos, asignación que como se realiza a través de dos etapas, ya que primero se asigna los CIF a una unidad organización, ya sea un departamento o la planta y en segundo lugar se asignan a los productos.

El ABC, imputa o atribuye a los CIF a las Actividades en primer término, antes de imputarlos a los productos.

El ABC, para lograr una rastreabilidad adecuada de los CIF, hace uso de los Inductores de costo, mediante la relación de causalidad, para colocar a los CIF al producto.

Cuando los recursos o factores de producción, son consumidos por las actividades se puede decir que son imputables.

Al respecto James A. Brimson dice: “el Costo es imputable cuando se puede establecer una relación causa/efecto entre un factor de producción y una actividad específica”.

RECURSOS	INDUCTOR
• HUMANOS	Personas
• MATERIALES	Unidades consumidas
• EQUIPOS	Tiempo, Horas Maquina / Tecnología
• INSTALACIONES	Metros cuadrados
• SERVICIOS	Kilovatios, hora, Metro cubico

FUENTE PROPIA

G) OBJETO DE COSTO:

CAM-I define los Objetos de Costo, como: cualquier cliente, producto, servicio, contrato u otra unidad de trabajo, para la que se desea una medición separada de costos.

También se puede definir un Objeto de Costo como: Cualquier ítem (sea este: cliente, proyecto, actividad, unidad de trabajo, producto, canal o servicio) para el que se desea medir su costo.

Un Objeto de costo, es el grupo al que se le asignan los Costos, tales como una unidad de Inventario, un centro de Costos, un programa, un departamento, una decisión, un Centro de Actividades, una parte del Material, etc.

Douglas T. Hicks, define un Objeto de Costo como: un elemento o ítem final para el cual se desea una acumulación de costos⁵

⁵Hicks, Douglas. El sistema de costos basado en la Actividades (ABC). Pág. 45 Alfaomega. Grupo Editor. México 1998

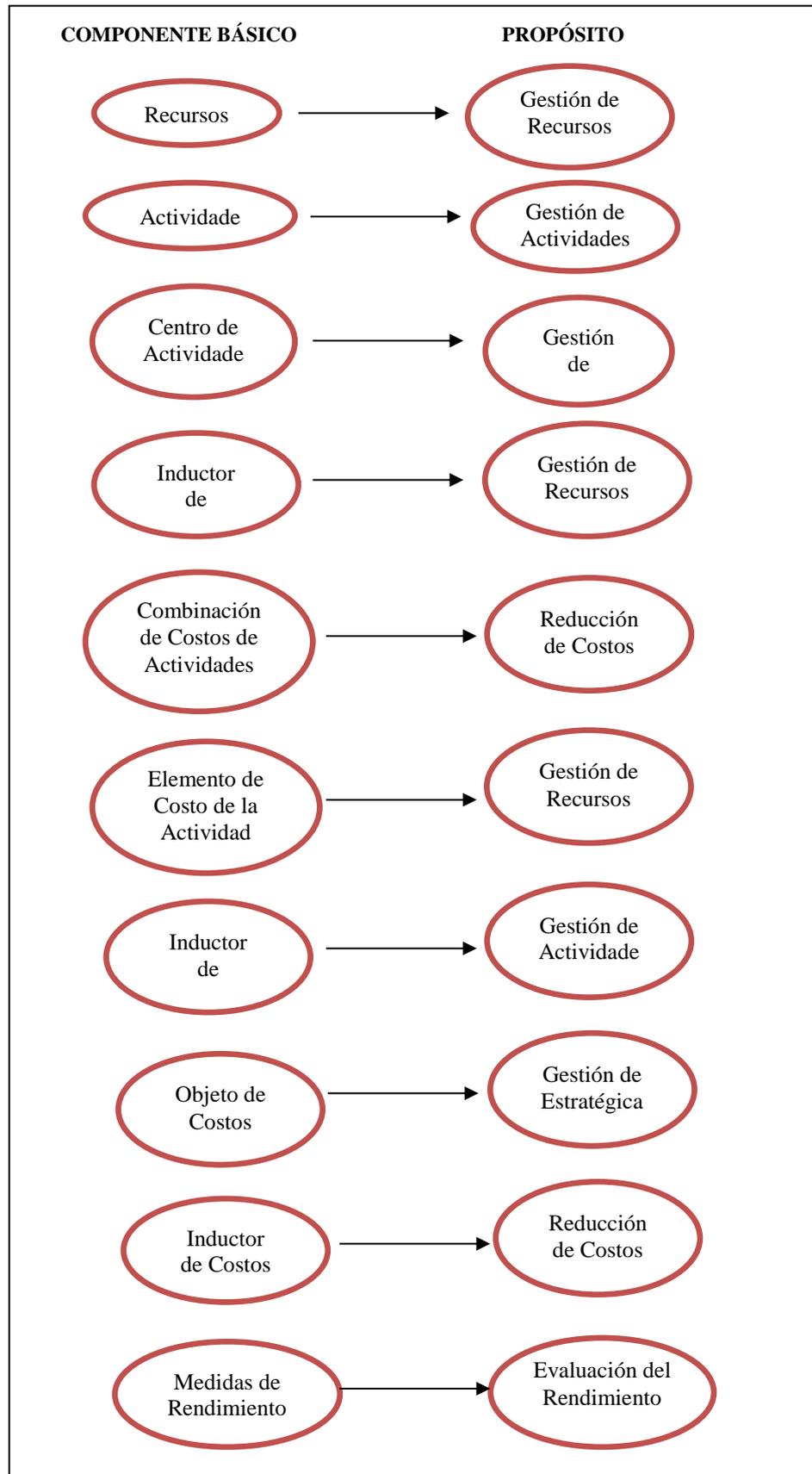
Hicks, considera que existen dos Objetos de Costo: final y provisional. El primero acumula los costos para transferirlos fuera de la organización y el segundo, es de carácter temporal y acumula los costos para reciclar dentro de la empresa. La suma de los costos de todos los Objetos de Costo del ABC, es igual a la suma de los costos de recurso del Sistema de Contabilidad.

Los objetos de costo dependen del tipo de empresas, por ejemplo de una empresa farmacéutica sus objetos de costo serian tanto los productos: como Vitaminas, jarabes para la tos, etc. Como los Clientes: Mayoristas, Farmacias ETC.

COMPONENTES BASICOS DEL ABC

Peter B. B. Tunney considera “que son diez los elementos componentes de un Sistema de Costeo Basado en Actividades o ABC, y que tales componentes básicos, tiene un propósito dentro de la organización. La figura muestra a continuación los componentes básicos del ABC.

COMPONENTES BASICOS DEL ABC



2.2.3. ENSAYO SOBRE COSTOS ABC

2.2.3.1 DEFINICIONES COSTEO ABC⁶

El sistema de costos ABC se basa en el hecho de que una empresa para producir requiere realizar actividades las cuales consumen recursos. A partir de esta premisa se costean las actividades y luego el costo de las mismas es asignado a los diferentes objetos de costo (productos, servicios, etc.) que demandan estas actividades, con esto se logra una mayor precisión en la determinación de los costos y la rentabilidad.

Entendiéndose a un sistema de costos como un modelo matemático que procura simular el consumo de recursos en un proceso de transformación, con la finalidad de saber su costo.

Proceso: Es un conjunto de tareas o actividades interrelacionadas entre sí, que realizan una transformación, agregando algo al objeto.

Las actividades: son partes de los procesos no incluyen ninguna toma de decisión ni vale la pena descomponerlas, ocupan tiempo y recursos para cumplir su función.

La asignación de costos: se realiza en dos etapas: en primer lugar, los costos de los recursos es asignado a las actividades, y en una segunda

⁶Henry E. Tucto Espinoza. Ensayo de Costos ABC. www.slideshare.net/guestc562b9/costos-abc-por-henry-e-tuctoespinoza. Perú. 2009

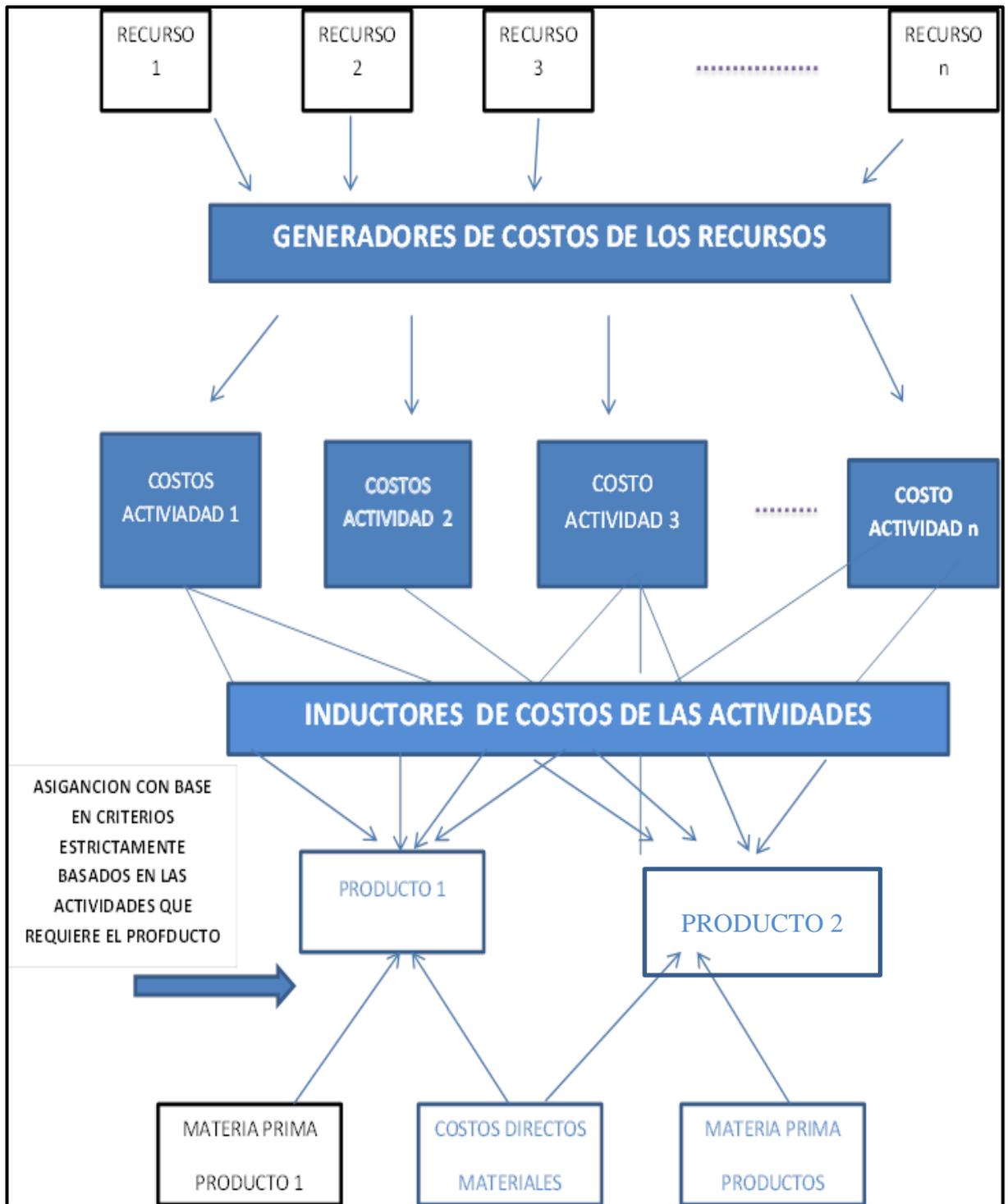
etapa los costos de las actividades es asignando a los productos usando los inductores de costo.

El inductor: de costo cuantifica una actividad, y es un factor en la operación que permite determinar cuanta actividad en dinero es necesaria para la transformación del objeto a costear. Cada inductor es una medida de su actividad y debe estar definido en unidades de actividad.

Recursos: Todos aquellos medios que contribuyen a la producción y distribución de los bienes y servicios que elaboramos y utilizamos.

Costo Directo: En terminología empresarial denomina a todo aquel costo que se puede asociar directamente a la producción de un producto. Ejemplo: Mano de Obra Directa, Materia prima, etc.

Costo Indirecto: son aquellos costos que afectan al proceso productivo en general de uno o más productos, por lo que no se puede asignar directamente a un solo producto sin usar algún criterio de asignación. Ejemplo: Alquiler de una nave industrial o salario de personal administrativo.



FUENTE PROPIA

2.2.3.2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL SISTEMA DE COSTOS ABC

A) Ventajas Del Sistema De Costo ABC:

Según Malcolm Smith, las ventajas para las empresas que implantan un sistema ABC son:

1. Jerarquización diferente del costo de sus productos, reflejando una corrección de los beneficios previamente atribuidos a los productos de bajo volumen.
2. El análisis de los beneficios, prevé una nueva perspectiva para el examen del comportamiento de los costos.
3. Se aumenta la credibilidad y la utilidad de la información de costeo, en la toma de decisiones.
4. Facilita la implantación de la calidad total
5. Elimina desperdicios y actividades que no agregan valor al producto.
6. Facilita la utilización de la Cadena de valor como herramienta de la competitividad.
7. Las organizaciones con múltiples productos pueden observar una ordenación totalmente distinta de los costos de sus productos; esta nueva ordenación refleja una corrección de las ventajas previamente atribuidas a los productos con menor volumen de venta.

8. Un mejor conocimiento de las actividades que generan los costos estructurales puede mejorar el control que se ejecute sobre los costos incurridos de esa naturaleza.
9. Puede crear una base informativa que facilite la implantación de un proceso de gestión de calidad total, para superar los problemas que limitan los resultados actuales.
10. El uso de indicadores no financieros para valorar inductores de costos, facilita medidas de gestión, además de medios para valorar los costos de producción. Estas medidas son esenciales para eliminar el despilfarro y las actividades sin valor añadido.
11. El análisis de inductores de costos facilita una nueva perspectiva para el examen del comportamiento de los costos y el análisis posterior que se requiere a efectos de planificación y presupuestos.
12. El ABC incrementa la credibilidad y utilidad de la información de costos en el proceso de toma de decisiones y hace posible la comparación de operaciones entre plantas y divisiones.

Para Amat Oriol y Soldevilla Pilar las ventajas del modelo ABC son las siguientes:

1. Es aplicable a todo tipo de empresas.
2. Identifica clientes, productos, servicios u otros objetivos de costos no rentables.

3. Permite calcular de forma más precisa los costos, fundamentalmente determinados costos indirectos de producción, comercialización y administración.
4. Aporta más informaciones sobre las actividades que realiza la empresa, permitiendo conocer cuáles aportan valor añadido y cuáles no, dando la posibilidad de poder reducir o eliminar estas últimas.
5. Permite relacionar los costos con sus causas, lo cual es de gran ayuda para gestionar mejor los costos. La gestión de costos con la filosofía ABC, recibe la denominación de ABM (ActivityBased Management) también denominada SIGECA (Sistema de Gestión de Costos Basados en la Actividad. El SIGECA se orienta hacia la reducción (mejora en la realización de determinadas actividades, eliminación y/o subcontratación de actividades, benchmarking de actividades, fijación de precios, sustitución de equipos, etc.
6. La filosofía ABC puede utilizarse para el control presupuestario y se denomina ABB (ActivityBasedBudgeting)

Para Aimar Franco Osvaldo en un artículo, después de exponer los criterios de varios autores concluye que las principales ventajas del sistema ABC son:

- 1) Se logra una mejor asignación de los costos indirectos a los objetivos de costos (productos o servicios)

- 2) Obliga a un análisis del proceso productivo desde la óptica de las actividades.
- 3) Permite determinar los bienes o servicios que mayor margen de contribución generan para el negocio, permitiendo estructurar una mezcla de productos óptima.
- 4) Facilita el mejor control y administración de los costos indirectos.
- 5) Es una poderosa herramienta en la planeación, pues suministra información para dediciones estratégicas como: fijación de precios, optimización de recursos, reingeniería de procesos.
- 6) Genera medidas o indicadores de gestión, aparte de las medidas de valoración de costos de producción.

B) DESVENTAJAS DEL SISTEMA DE COSTO ABC

1. Centran exageradamente la atención en la administración y optimización de los costos. Descuidando la visión sistémica de la empresa.
2. Requiere de mayores esfuerzos y capacitación para lograr una implementación adecuada.
3. La elección de los inductores está muy a criterio de los que lo implementan.
4. Es un sistema de costos históricos. La excesiva variabilidad de costos futuros complica su administración.

Malcolm Smith en el artículo citado anteriormente plantea las siguientes limitaciones:

- 1) Es esencialmente un método de costeo histórico con las desventajas de estos. Se pueden incrementar las asignaciones arbitrarias de costos, porque los costos son incurridos al nivel de proceso no a nivel de producto.
- 2) En áreas de mercado, distribución clara entre la raíz causal de una actividad y el "cost driver" de la misma, que es usado para asignar los costos de los productos.
- 3) A menudo no hay una distinción clara entre la raíz causal de una actividad y el "cost driver" de la misma, que es usado para asignar los costos a los productos.
- 4) No es fácil seleccionar el "cost driver" de actividad que refleje el comportamiento de los costos.
- 5) Su implantación es costosa
- 6) Un sistema ABC es todavía esencialmente un sistema de costos históricos. En ciertas circunstancias, su utilidad es dudosa, especialmente si hay aspectos de costos futuros que cobren mayor importancia.
- 7) Con un sistema ABC se corre el peligro de aumentar las imputaciones arbitrarias, si no se precisan criterios de decisión respecto a la combinación y reparto de estructuras comunes a las distintas actividades, a través de diversos fondos de costos y de inductores comunes de costos.
- 8) A menudo es ignorado por los sistemas ABC el hecho de que los datos de entradas deben tener la capacidad de medir las

actividades no financieras como inductores de costos y de apreciar la importancia de la exactitud y confiabilidad para asegurar la contabilidad del sistema completo.

- 9) A menudo se le da poca importancia a los inductores de costos relacionados con los compromisos que afecten el diseño del producto y la disposición de la planta. En su lugar se pone más énfasis en la generación de costos. También se suele ignorar aquellas actividades sobre las que no se dispone de datos, o éstos no son fiables, tales como las de marketing y distribución.

Según Gutiérrez Ponce (1993) las limitaciones más importantes son:

1. Existe un gran desconocimiento sobre las consecuencias económicas y organizativas tras su adopción.
2. La selección de los inductores de costos puede ser un proceso difícil y complejo.
3. Según Amat Oriol y Soldevila en su libro "Contabilidad y Gestión de Costes" (1997) los principales inconvenientes que surgen cuando se intenta implantar el modelo ABC son los siguientes:
4. Determinados costos indirectos de administración, comercialización y dirección son de difícil imputación a las actividades.
5. Puede provocar que se descarte lo adecuado de los sistemas de costos tradicionales.

6. Si se seleccionan muchas actividades se puede complicar y encarecer el sistema de cálculo de costos.

Las desventajas según Sáez Torrecilla Ángel (1994), son las mencionadas líneas abajo:

- 1) Su implantación suele ser muy costosa, ya que todo el entramado de actividades y generadores de costos exige mayor información que otros sistemas.
- 2) Los cálculos que exige el modelo ABC son complejos de entender.
- 3) Abandona el análisis de costos por áreas de responsabilidad.
- 4) Se basa en información histórica.
- 5) Carece del respaldo que otorga la partida doble.
7. No efectúa una segregación de costos por tipo de variabilidad.
8. Como antes quedo expresado, los sistemas de costeo responden a las necesidades de los usuarios respecto a la información de los procesos concretos y reales de las unidades de producción. Es decir que necesariamente existe una relación

**2.2.3.3. FASES DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA
DE COSTO ABC**

FASES	ETAPAS
Estudio de los objetos de costos	➤ Identificación y agrupación de los productos a ser costeados
Análisis y determinación de las actividades y sus costos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Definición de las actividades identificados y agrupación de actividades ➤ Asignación de costos de los recursos a las actividades. ➤ Identificación de los inductores de costeo de las actividades hacia los productos.
Asignación del costo a los objetos de costos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Inducción de los costos de las actividades a los productos usando los indicadores de costos ➤ Asignación de costos directos a los objetos de costos.

FUENTE PROPIA

La implementación de ABC en la empresa implica una reingeniería, se requiere el apoyo de sistemas informáticos, y un total acceso a la información de todas las áreas de la empresa.

A) ESTUDIO DE LOS OBJETOS DE COSTO

En esta etapa se identifican y agrupan los objetos de costo que van a ser costeados. Ya que sobre estos se realizará todo el proceso.

B) ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE ACTIVIDADES Y SUS COSTOS

B.1) Definición de Actividades. Se identifican y agrupan las actividades por su forma de actuar sobre los productos.

Ejemplo: repetitivas o no, primarias o secundarias, que actúan sobre el producto, el lote, la línea, o sobre todo el proceso, etc.

Es recomendable utilizar el concepto de cadena de valor para determinar las actividades del negocio. A partir de este análisis se podrá tomar decisiones sobre cada actividad dependiendo de su aporte a al valor del producto.

Cadena de Valor: Es todo del proceso necesario para la elaboración comercialización y mantenimiento de los productos. Identificando las actividades y su aporte de valor en el producto.

B.2) Asignación de Costos a las Actividades: A partir de los datos históricos se asignan costos de los recursos a las actividades. Ejemplo el costo de Arriendo se asignara a cada actividad de acuerdo a un criterio de costo, por ejemplo área de que ocupa cada actividad.

B.3) Identificación de los Inductores de Costo de Cada Actividad: Esta fase de la implementación es la que mayor cantidad de experiencia y conocimiento requiere por parte del implementador. Se deberá encontrar la forma más real como el producto consume el costo de la actividad.

C: DEFINICIÓN DEL COSTO DE LOS PRODUCTOS

C.1) Inducción de los Costos de las Actividades a los

Productos: Una vez identificados los productos y las actividades que conforman su cadena de valor, se inducen los costos de dichas actividades a los productos mediante el uso de los inductores de costo.

C.2) Asignación de Costos Directos. Se asignan directamente

los costos directos a los productos. Ejemplo: Materias primas, insumos.

2.2.4. La Rentabilidad.

La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o beneficio; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera más ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos. Pero una definición más precisa de la rentabilidad, señala, es un índice que mide la relación entre utilidades o beneficios, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerlos.

Sin embargo, el término rentabilidad también es utilizado para determinar la relación que existe entre las utilidades o beneficios de una empresa, y diversos aspectos de ésta, tales como las ventas, los activos, el patrimonio, el número de acciones, etc. En términos más concisos, la rentabilidad es uno de los objetivos que se traza toda empresa para

conocer el rendimiento de lo invertido al realizar una serie de actividades en un determinado período de tiempo. Se puede definir además, como el resultado de las decisiones que toma la administración de una empresa.

2.2.4.1 La Rentabilidad en el Análisis Contable.

La rentabilidad desempeña un papel determinante en el análisis financiero ya que viene determinada por la multiplicidad de objetivos a que se enfrenta una empresa, basados unos en la rentabilidad o beneficio, otros en el crecimiento, la estabilidad e incluso en el servicio a la colectividad, en todo análisis empresarial el centro de la discusión tiende a situarse en la polaridad entre rentabilidad y seguridad o solvencia como variables fundamentales de toda actividad económica.

Según los profesores Cuervo y Rivero *“...La base del análisis económico-financiero se encuentra en la cuantificación del binomio rentabilidad-riesgo, que se presenta desde una triple funcionalidad:*

- ✓ *Análisis de la rentabilidad.*
- ✓ *Análisis de la solvencia, entendida como la capacidad de la empresa para satisfacer sus obligaciones financieras, consecuencia del endeudamiento, a su vencimiento.*

- ✓ *Análisis de la estructura financiera de la empresa con la finalidad de comprobar su adecuación para mantener un desarrollo estable de la misma...*⁽⁷⁾

Es así que los límites económicos de toda actividad empresarial son la rentabilidad y la seguridad, normalmente objetivos contrapuestos, ya que la rentabilidad, en cierto modo, es la retribución al riesgo y, consecuentemente, la inversión más segura no suele coincidir con la más rentable. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que, por otra parte, el fin de solvencia o estabilidad de la empresa está íntimamente ligado al de rentabilidad, en el sentido de que la rentabilidad es un condicionante decisivo de la solvencia, pues la obtención de rentabilidad es un requisito necesario para la continuidad de la empresa.

2.2.4.2. Análisis de Rentabilidad por Niveles.

- a) **Nivel de Rentabilidad Económica o del Activo:** En el que se relaciona un concepto de resultado conocido o previsto, antes de intereses, con la totalidad de los capitales económicos empleados en su obtención, sin tener en cuenta la financiación u origen de los mismos, por lo que representa, desde una perspectiva económica, el rendimiento de la inversión de la empresa.
- b) **Nivel de Rentabilidad Financiera:** En el que se enfrenta un concepto de resultado conocido o previsto, después de intereses,

⁽⁷⁾ Rivero y Cuervo. (1986). *Análisis Económico y Financiero*. Lima.

con los fondos propios de la empresa, y que representa el rendimiento que corresponde a los mismos.

2.2.4.3. Clases de Rentabilidad en Función a la Doctrina Contable.

a) Rentabilidad Económica

Es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad, en la cual la empresa pueda generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por el inversionista.

Se establece como indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos. Además, el no tener en cuenta la forma en que han sido financiados los activos permitirá determinar si una empresa no rentable lo es por problemas en el desarrollo de su actividad económica o por una deficiente política de financiación.

La rentabilidad económica se expresa en la siguiente fórmula:

$$RE = \frac{\text{Beneficio antes de impuestos e intereses}}{\text{Activo total, promedio}}$$

b) Rentabilidad Financiera:

La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado. La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, En otras palabras, es el retorno que recibe un accionista en una empresa por participar económicamente de la misma.

En toda actividad económica es necesaria la contemplación de un riesgo para la obtención de una devolución económica. Es, en definitiva rentable o no la forma en que una empresa invierte fondos en determinadas operaciones para generar ingresos a cambio.

La rentabilidad financiera es, por ello, un concepto de rentabilidad final que al contemplar la estructura financiera de la empresa, viene determinada tanto por los factores incluidos en la rentabilidad

económica como por la estructura financiera consecuencia de las decisiones de financiación.

Su fórmula es la siguiente:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Beneficio después de impuestos}}{\text{Patrimonio Neto}}$$

Este cálculo permite medir lo siguiente:

- ✓ Contribuir a explicar la capacidad de crecimiento de la empresa.
- ✓ Los accionistas apoyarán la gestión realizada a medida que se satisfaga la rentabilidad de sus inversiones.
- ✓ Permite comparar desde la perspectiva del accionista, rendimientos de inversiones alternativas.

Una vez que se divide el beneficio neto entre los recursos propios medios, se obtiene un cociente que claramente mide la capacidad de la empresa para remunerar a sus accionistas. En general, entre más alto es dicho rendimiento, mejor para los propietarios, pues esto muchas veces refleja la aceptación de otras oportunidades de inversión por parte de la empresa y una mejor administración de sus gastos, que a la larga los beneficia particularmente a ellos.

2.2.4.4. Medidas de Rentabilidad.

Existen muchas medidas de rentabilidad de cualquier capital que viene expresada de la siguiente forma:

$$\frac{\text{Beneficio generado en el periodo}}{\text{Capital invertido}}$$

Como grupo estas medidas facilitan a los analistas la evaluación de las utilidades de la empresa respecto de un nivel dado de ventas, de un nivel cierto de activos o de la inversión del propietario. Sin ganancias, una empresa no podría atraer capital externo. Los propietarios, acreedores y la administración, ponen mucha atención al impulso de las utilidades por la gran importancia que se ha dado a éstas.

Según Dess y Lumpkin “...*las características de las Medidas de Rentabilidad son:*

- ✓ *Margen de Beneficio, el cual mide el beneficio obtenido por cada unidad monetaria de Ventas.*
- ✓ *Rentabilidad del Activo que mide el beneficio por unidad monetaria de activo.*
- ✓ *Rentabilidad de los Fondos Propios, la cual mide cómo les va a los accionistas durante el año, es decir, representa la verdadera medida del resultado del rendimiento...”*⁽⁸⁾

⁽⁸⁾ Dess, Gregory, & Lumpkin, Garet. (2003). *Dirección estratégica*. Barcelona: McGraw.

Mediciones de la Rentabilidad.

Según Gitman "... *Permiten al analista evaluar las utilidades de la empresa en referencia a un determinado nivel de ventas, o de activos o de la inversión de los accionistas o al valor accionario:*

- a. Estado de resultados en forma porcentual: Es la herramienta más común para evaluar la rentabilidad en referencia con las ventas. En este estado cada índice se expresa como un porcentaje de las ventas, al permitir la fácil evaluación de la relación entre las ventas y los ingresos, así como gastos específicos.*
- b. Margen bruto de utilidades (MBU): Indica el porcentaje de cada unidad monetaria en ventas después de que la empresa ha pagado todos sus bienes. Lo ideal es un margen bruto de utilidades lo más alto posible y un costo relativo de mercancías vendidas lo más bajo posible.*
- c. Margen de utilidades de operación (MUO): Representa lo que puede ser llamado utilidades puras, ganadas por la empresa entre cada unidad monetaria de ventas. Las utilidades de operación son puras en el sentido de que ignoran cargos financieros o gubernamentales (intereses o impuestos), y miden solo las utilidades obtenidas en las operaciones. Resulta preferible un alto margen de utilidades de operación.*
- d. Margen neto de utilidades (MNU): Determina el porcentaje restante sobre cada unidad monetaria de ventas, después de deducir todos los gastos, entre ellos los impuestos. El margen neto*

de utilidades de la empresa más alto será el mejor. como medición del éxito de la compañía, en referencia a las utilidades sobre las ventas.

- e. Rendimiento de los activos totales o Rendimiento de la Inversión (RAT): mide la efectividad total de la administración para generar utilidades con los activos disponibles.*

Cuanto mayor sea el rendimiento sobre los activos totales de la empresa, será mejor.

- f. Rendimiento de capital (RC): mide el rendimiento percibido sobre la inversión de los propietarios, tanto accionistas comunes como preferentes, en la empresa. En general, cuanto mayor sea este índice, los propietarios lo consideran mejor.*

- g. Utilidades por acción (UPA): las utilidades por acción representan el número de unidades monetarias a favor de cada acción común en circulación. Tal valor es observado muy de cerca por el público inversionista, y es considerado como un importante indicador del éxito corporativo.*

- h. Razón precio/utilidades (P/U): se utiliza para determinar la valuación de las acciones. Esta razón representa la cantidad que los inversionistas están dispuestos a pagar por cada unidad monetaria de las utilidades de la empresa. El nivel de precio/utilidades indica el grado de confianza que tienen los inversionistas en el desempeño futuro de la empresa. Cuanto más*

alto sea el valor de P/U, tanto mayor será la confianza del inversionista en el futuro de la empresa...”⁽⁹⁾

Dependerá del método de valuación utilizado por cada empresa, ya que si al momento de determinar el porcentaje de las ventas que queda después de restar el costo de ventas, la empresa no ha considerado todos los costos de fabricación en el momento en que se incurren como costos de inventario, deberá hablar de “*margen bruto de utilidades*”; pero si por el contrario, la empresa incluye todos los costos fijos y variables de fabricación como costos de inventario, hablará de “*utilidad bruta*”.

Por otra parte, Guajardo (2002) sólo habla de “*...tres tipos de medidas de rentabilidad:*

- a. Margen de utilidad: mide el porcentaje de las ventas que logran convertirse en utilidad disponible para los accionistas. La utilidad neta es considerada después de gastos financieros e impuestos.*
- b. Rendimiento sobre la inversión: este indicador refleja la eficiencia de la administración para obtener el máximo rendimiento sobre la inversión, la cual está integrada por los activos totales. También se puede obtener al combinar el margen de utilidad sobre las ventas y la rotación de activos totales.*
- c. Rendimiento sobre el capital contable: indicador que mide el rendimiento de la inversión neta, es decir del capital contable.*

⁽⁹⁾ Lawrence, Gitman. (1997). *Fundamentos de administración*. Mexico DF: OUP.

Mediante el mismo, se relaciona la utilidad neta que ha generado una empresa durante un periodo y se compara con la inversión que corresponde a los accionistas. El rendimiento sobre el capital contable es un indicador fundamental que determina en qué medida una compañía ha generado rendimientos sobre los fondos que los accionistas han confiado a la administración...”

(10)

Las empresas hoteleras tres estrellas, objeto de estudio, indican que tales medidas de rentabilidad (rendimiento sobre la inversión o rentabilidad económica, rendimiento sobre el capital o rentabilidad financiera y margen de utilidad) son las que habitualmente calculan dicha empresa. Para el desarrollo en beneficio de la contrastación de hipótesis se tomara en cuenta la intensidad de la inversión como indicador; debido a que en la ciudad de Huaraz, tales empresas analizan dicho indicador para administrar su cartera de inversiones.

2.2.4.5. Los Indicadores de Rentabilidad

Según Aguirre “...*la rentabilidad de una empresa puede ser evaluada en referencia a las ventas, a los activos, al capital o al valor accionario. Por otra se considera la rentabilidad como un objetivo económico a corto plazo que las empresas deben alcanzar,*

⁽¹⁰⁾ Guajardo, Gerardo. (Editorial Mc Graw Hill.). *Contabilidad financiera*. Mexico Df.: Mc Graw Hill.

relacionado con la obtención de un beneficio necesario para el buen desarrollo de la empresa... ”⁽¹¹⁾

Los indicadores referentes a rentabilidad, tratan de evaluar la cantidad de utilidades obtenidas con respecto a la inversión que las originó, ya sea considerando en su cálculo el activo total o el capital contable. Se puede decir entonces que es necesario prestar atención al análisis de la rentabilidad porque las empresas para poder sobrevivir necesitan producir utilidades al final de un ejercicio económico, ya que sin ella no podrán atraer capital externo y continuar eficientemente sus operaciones normales.

Con relación al cálculo de la rentabilidad, según BrealeyMeyers “...*los analistas financieros utilizan índices de rentabilidad para juzgar cuan eficientes son las empresas en el uso de sus activos...*”⁽¹²⁾

En su expresión analítica, Sánchez dice lo siguiente: “...*la rentabilidad contable va a venir expresada como cociente entre un concepto de resultado y un concepto de capital invertido para obtener ese resultado. A este respecto, es necesario tener en cuenta una serie de cuestiones en la formulación y medición de la rentabilidad para poder así elaborar una ratio o indicador de rentabilidad con significado:*

⁽¹¹⁾ Aguirre, Juan. Prieto. (1997). *Contabilidad de costos, gestión*. Madrid: Cultural de Ediciones.

⁽¹²⁾ Meyers, Stewarts, Brealey. (2003). *Principios de finanzas corporativas*. Mdrid: The Mcgraw.

- ✓ *Las magnitudes cuyo cociente es el indicador de rentabilidad han de ser susceptibles de expresarse en forma monetaria.*
- ✓ *Debe existir, en la medida de lo posible, una relación causal entre los recursos o inversión considerados como denominador y el excedente o resultado al que han de ser enfrentados.*
- ✓ *En la determinación de la cuantía de los recursos invertidos habrá de considerarse el promedio del periodo, pues mientras el resultado es una variable flujo, que se calcula respecto a un periodo, la base de comparación, constituida por la inversión, es una variable stock que sólo informa de la inversión existente en un momento concreto del tiempo. Por ello, para aumentar la representatividad de los recursos invertidos, es necesario considerar el promedio del periodo.*
- ✓ *También es necesario definir el periodo de tiempo al que se refiere la medición de la rentabilidad (normalmente el ejercicio contable), pues en el caso de breves espacios de tiempo se suele incurrir en errores debido a una personificación incorrecta...”¹³*

2.2.4.6. Estado de Resultados.

El estado de resultados es el principal medio para medir la rentabilidad de una empresa a través de un periodo, ya sea de un mes, tres meses o un año. En estos casos, el estado de ganancias y pérdidas debe mostrarse en etapas, ya que al restar a los ingresos los costos y gastos del periodo

⁽¹³⁾ Sanchez, Juan Pedro. (2004). *Análisis de la Rentabilidad de la Empresa*. Recuperado el 03 de 10 de 2013, de [Http://www.5campus.com/leccion/anarenta](http://www.5campus.com/leccion/anarenta)

se obtienen diferentes utilidades hasta llegar a la utilidad neta. Esto no quiere decir que se excluirá el balance general a la hora de hacer un análisis financiero, puesto que para evaluar la operación de un negocio es necesario analizar conjuntamente los aspectos de rentabilidad y liquidez, por lo que es necesario elaborar tanto el estado de resultados como el estado de cambios en la posición financiera o balance general.

El Estado de resultados como el Balance General son necesarios para construir indicadores de rentabilidad, ya que no sólo se requiere de información relacionada con resultados, ingresos o ventas, sino también es necesario disponer de información relacionada con la estructura financiera, básicamente con los activos y el capital invertido. Todos los índices de rentabilidad que se construyan a partir de los Estados Financieros ya mencionados, permitirán medir la eficiencia con que se ha manejado la empresa en sus operaciones, principalmente en el manejo del capital invertido por los inversionistas. El numerador de los índices incluye la rentabilidad del período y el denominador representa una base de la inversión representativa.

2.2.4.7. Rentabilidad en las Empresas

Es lo que piden los inversores y buscan los directivos. Pero hay modos diferentes de medirla. Conflicto y usos y costumbres. La rentabilidad es uno de los conceptos más importantes en las empresas modernas y más utilizado por la comunidad de negocios ya que es lo que buscan los inversores al invertir sus ahorros en las empresas. La rentabilidad

es, al menos una parte, de lo que busca el gerente con sus decisiones directivas.

La rentabilidad es lo que miden los inversores al decidir si reinvierte sus ahorros en una determinada compañía, o si, por el contrario, retiran sus fondos. La rentabilidad es, probablemente, uno de los conceptos menos comprendidos por quienes lo utilizan a diario. De hecho una empresa puede generar beneficios pero no ser rentable, la cual puede ser evaluada en referencia a las ventas, a los activos, al capital o al valor accionario. Por otra parte, Aguirre también dice que “...*la rentabilidad como un objetivo económico a corto plazo que las empresas deben alcanzar, relacionado con la obtención de un beneficio necesario para el buen desarrollo de la empresa.*”

La rentabilidad obtenida necesita de tres componentes:

- ✓ *El beneficio obtenido*
- ✓ *El monto de capital invertido*
- ✓ *El tiempo transcurrido desde que se realizó la inversión...”⁽¹⁴⁾*

2.2.4.8. Estrategias de Rentabilidad.

La empresa debe utilizar por lo menos una (o todas) las estrategias siguientes para determinar su política de calidad que determinará su rentabilidad:

Existen factores primordiales que influyen en la rentabilidad, estas son:

⁽¹⁴⁾ Aguirre, Juan. Prieto. (1997). *Contabilidad de costos, gestión*. Madrid: Cultural de Ediciones.

a. Intensidad de La Inversión

Cuando invertimos estamos dando algo a alguien con el fin de obtener algo mejor, podemos invertir nuestro dinero en un fondo mutuo esperando asegurar un capital que nos garantice mantener un nivel de vida en una etapa de retiro o convertir en realidad alguno de nuestros sueños hacia futuro.

Invertir dinero es poner el dinero en algún tipo de instrumento financiero, llámese acciones, bonos, fondos mutuos, esperando más dinero a cambio.

Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición.

b. Productividad

Para que un negocio pueda crecer y aumentar su rentabilidad (o sus utilidades) es aumentando su productividad. Y el instrumento fundamental que origina una mayor productividad es la utilización de métodos, el estudio de tiempos y un sistema de pago de salarios.

La productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. En la

fabricación la productividad sirve para evaluar el rendimiento del recurso material y humano.

Productividad en términos de empleados es sinónimo de rendimiento. En un enfoque sistemático decimos que algo o alguien es productivo con una cantidad de recursos (Insumos) en un periodo de tiempo dado se obtiene el máximo de productos.

La productividad en las máquinas y equipos está dada como parte de sus características técnicas. No así con el recurso humano o los trabajadores. Deben de considerarse factores que influyen. Al disminuir la ineficiencia, la productividad aumenta. La eficiencia es el límite de la productividad. La productividad óptima, es el nivel de eficiencia para el cual fue pretendido el proceso.

c. Participación de Mercado

Este tipo de estudio es realizado con la finalidad de determinar el peso que tiene una empresa o marca en el mercado. Se mide en términos de volumen físico o cifra de negocios. Estas cifras son obtenidas mediante investigaciones por muestreo y la determinación de los tamaños poblacionales.

De manera similar que los estudios de penetración y tamaño del mercado, las empresas contratantes de este tipo de estudios son

principalmente negocios que venden a otras empresas en el área industrial, así como mercados donde no se dispone de investigaciones sectoriales (por ejemplo: educación, ciertas unidades de negocios de las telecomunicaciones, entretenimiento, etc.)

Los principales objetivos de este tipo de estudio son los siguientes:

- ✓ Determinar la participación de mercado de la empresa y sus marcas, partiendo de las cifras de venta o volúmenes vendidos.
- ✓ Monitorear el crecimiento de la empresa o sus marcas a lo largo del tiempo.

d. Desarrollo de Nuevos Productos o Diferenciación de los Competidores.

Un nuevo producto puede ser creado o hecho "*nuevo*" de muchas maneras. Un concepto enteramente nuevo se puede traducir en un nuevo artículo y/o servicio. Simples cambios secundarios en un producto existente pueden convertirlo en otro "*nuevo*" o se puede ofrecer un producto existente a nuevos mercados que lo considerarán "*nuevo*". Sólo podemos considerar nuevo un producto durante un período limitado.

Esto corresponde a la actitud de innovación que es una filosofía paralela a la del concepto de mercadotecnia.

Cuando se incluye un nuevo producto debe tomarse en consideración la innovación y la calidad del producto/servicio, sin dejar a un lado la diferenciación del producto en el mercado y superando siempre a los competidores del mercado que son un gran número de compradores y vendedores de una mercancía, que además de ofrecer productos similares, igualmente tienen libertad absoluta para sus actividades inherentes y no hay control sobre los precios ni reglamento para fijarlos.

e. Calidad de Producto/Servicio.

El significado de esta palabra puede adquirir múltiples interpretaciones, ya que todo dependerá del nivel de satisfacción o conformidad del cliente. Sin embargo, la calidad es el resultado de un esfuerzo arduo, se trabaja de forma eficaz para poder satisfacer el deseo del consumidor. Dependiendo de la forma en que un producto o servicio sea aceptado o rechazado por los clientes, podremos decir si éste es bueno o malo.

f. Tasa de Crecimiento del Mercado

La tasa de crecimiento es la manera en la que se cuantifica el progreso o retraso que experimenta un producto en el mercado en un período determinado. Esto tiene que ver también, con el ciclo de vida del producto, que se define por ser el clásico ciclo de nacimiento, desarrollo, madurez y expiración, aplicado a las ventas de un producto.

g. Integración Vertical

La integración vertical comprende un conjunto de decisiones que, por su naturaleza, se sitúan a nivel corporativo de una organización.

Dichas decisiones son de tres tipos:

- ✓ Definir los límites que una empresa debería establecer en cuanto a las actividades genéricas de la cadena de valor de la producción.
- ✓ Establecer la relación de la empresa con las audiencias relevantes fuera de sus límites, fundamentalmente sus proveedores, distribuidores y clientes.
- ✓ Identificar las circunstancias bajo las cuales dichos límites y relaciones deberían cambiar para aumentar y proteger la ventaja competitiva de la empresa.

Este conjunto de decisiones permiten caracterizar a una empresa: qué bienes y capacidades forman parte de la empresa y que tipos de contratos se establecen con agentes externos.

h. Costos Operativos

Los costos en que incurre un sistema ya instalado o adquirido, durante su vida útil, con objeto de realizar los procesos de producción, se denominan costos de operación, e incluyen los necesarios para el mantenimiento del sistema.

Dentro de los costos de operación más importantes tenemos los siguientes:

- ✓ Gastos técnicos y administrativos. Son aquellos que representan la estructura ejecutiva, técnica y administrativa de una empresa, tales como, jefes de compras, almacenistas, mecánicos, veladores, dibujantes, ayudantes, mozos de limpieza y envíos, etc.
- ✓ Alquileres y/o depreciaciones. Son aquellos gastos por conceptos de bienes muebles e inmuebles, así como servicios necesarios para el buen desempeño de las funciones ejecutivas, técnicas y administrativas de una empresa, tales como: rentas de oficinas y almacenes, servicios de teléfonos. Etc.
- ✓ Obligaciones y seguros. Son aquellos gastos obligatorios para la operación de la empresa y convenientes para la dilución de riesgos a través de seguros que impidan una súbita descapitalización por siniestros. Entre estos podemos enumerar: inscripción a la Cámara Nacional de la Industria de la Construcción, registro ante la Secretaría del Patrimonio Nacional, Seguros de Vida, etc.
- ✓ Materiales de consumo. Son aquellos gastos en artículos de consumo, necesarios para el funcionamiento de la empresa, tales como: combustibles y lubricantes de automóviles y camionetas al servicio de las oficinas de la planta, gastos de papelería impresa, artículos de oficina, etc.
- ✓ Capacitación y Promoción. Todo colaborador tiene el derecho de capacitarse y pensamos en que tanto éste lo haga, en esa misma medida o mayor aún, la empresa mejorará su productividad. Entre los gastos de capacitación y promoción podemos mencionar:

cursos a obreros y empleados, gastos de actividades deportivas, de celebraciones de oficinas, etc.

- ✓ Los costos de operación son los necesarios a fin de operar y mantener el sistema que se proyecta, de manera que se obtenga de éste los productos esperados, en las condiciones previstas durante la etapa de estudio y diseño.

2.2.4.9. El Costeo Basado en Actividades (ABC) en las Empresas de Servicios.

El modelo de costeo ABC se aplicó inicialmente a empresas de fabricación, por su obligatoriedad de contar con información de costos a nivel contable, sin embargo es igualmente de gran utilidad para empresas de servicios. La aplicación del sistema ABC en empresas industriales y de servicios tiene la misma esencia. En las empresas industriales el sistema de costeo ABC conserva el mismo tratamiento que un costeo tradicional, en lo que se refiere a costos directos de mano de obra y materiales; la diferencia empieza cuando se analizan los costos indirectos de fabricación. Cuando se consideran los costos indirectos de fabricación como Planificación de producción, Control de calidad, Mantenimiento, Administración de bodegas, Limpieza, Seguridad y demás áreas de soporte a la producción, debemos tener un enfoque en servicios dentro del costeo ABC, y es este mismo enfoque el que permite aplicar un sistema de costeo ABC en empresas netamente de servicios.

Considerando que la mayoría o todos los costos de las empresas de servicios son indirectos y aparentemente fijos, el sistema de costeo ABC es idóneo para este tipo de empresas. Las empresas industriales pueden identificar de una manera más sencilla los rubros directos que se están utilizando en la producción: mano de obra directa, materia prima y materiales directos, y de esa forma conocer los costos principales de sus productos. Por otro lado, las empresas de servicios cuentan con muy pocos costos directos y mucha mano de obra y recursos utilizados para proveer sus servicios, así como para realizar actividades de soporte o institucionales por el mismo personal; lo cual dificulta su rastreo y asignación. Pese a esta dificultad, no deja de ser necesaria la clara identificación del consumo de recursos por cada actividad para determinar el costo de sus servicios. Por esta razón, el sistema de costeo ABC es una herramienta que permitirá a las empresas de servicios identificar y controlar los costos utilizadas en cada actividad, al mismo tiempo que los asocia con sus servicios.

Es importante tener en cuenta la dificultad que implica para una empresa de servicios el establecer su portafolio. El portafolio de servicios que se ofrece por lo general es muy amplio y variable, si bien se tiene una gama limitada de servicios, estos se multiplican por el sinnúmero de requerimientos que cada cliente pueda solicitar. Las empresas de servicios suelen ser muy flexibles para adaptarse a las necesidades del cliente y por esta razón puede ser difícil

determinar los tipos de servicio que ofrecen específicamente. Sin embargo, el costeo ABC se enfoca en actividades, utilizando objetos de costo, uno de los cuales puede ser precisamente “*el cliente*”, facilitando así la complejidad del costeo en este tipo de empresas.

2.2.4.10. La Industria Hotelera.

La Hotelería es el conjunto de todos aquellos establecimientos comerciales que, de forma profesional y habitual, prestan servicio de hospedaje y restaurantes, ya sea habitaciones o apartamentos con o sin otros servicios complementarios.

Las atracciones y servicios que ofrecen los diferentes destinos turísticos hacen que las personas se involucren a realizar viajes. Estas atracciones van de la mano con las facilidades que tenga el lugar, por ejemplo: atracciones, eventos, recursos de hospitalidad, infraestructura, transporte, entre otros. Gracias a esta mezcla, se hace posible que la gente viaje y conozca diferentes lugares con propósitos distintos.

Las atracciones son el aspecto central del turismo y se clasifican en: destinos primarios y destinos secundarios. Los destinos primarios son aquellos en donde el atractivo es suficiente para ser el motivo principal del viaje, y satisface a los viajeros por varios días. Los destinos secundarios son aquellos que son interesantes o que son necesarios de

visitar en el camino al destino primario, estos pueden entretener al viajero por uno o dos días.

Además hay diferentes características para atraer a los visitantes: recursos naturales, clima, cultura, historia, etnicismo, accesibilidad.

2.2.4.11. Establecimientos Hoteleros.

Dentro del conjunto de medios de alojamiento turísticos pueden distinguirse un grupo de alojamientos de tipo hotelero, que son los que nos resultan de mayor interés para nuestro trabajo, y otro grupo de tipo extra hotelero (que incluyen viviendas turísticas, campings, apartamentos, ciudades de vacaciones, albergues, residencias, etc.).

A pesar de existir dos agrupaciones diferentes son los establecimientos hoteleros el elemento básico de la oferta total del alojamiento. Una posible definición del sector hotelero podría ser la siguiente *"el sector hotelero comprende todos aquellos establecimientos que se dedican profesional y habitualmente a proporcionar alojamiento a las personas, mediante precio, con o sin servicios de carácter complementario."*⁽¹⁵⁾

⁽¹⁵⁾Mestres Soler, Juan. (1999). *Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera* (2 ed.). Barcelona: 2000.

En el desarrollo de las operaciones de una organización hotelera, aunque con diferencias importantes según la categoría del hotel, su dimensión, ubicación y localización geográfica y otras características de tipo estructural, concurren una diversidad de procesos particulares de gran complejidad.

Junto a la función principal productiva, que aparecía en la definición anterior, de prestar alojamiento a los clientes, los hoteles generalmente también realizan un conjunto amplio de actividades con el objeto de facilitar una serie de servicios complementarios, caracterizados por una enorme heterogeneidad tanto porque requieren una variedad importante de recursos (materiales, humanos, formativos, administrativos, etc.) como porque contribuyen en proporciones diferentes al resultado global de la unidad económica.

2.2.4.12. Clasificación de los Establecimientos Hoteleros.

Resulta difícil hablar de una única clasificación de los establecimientos hoteleros puesto que no todos los países disponen de una clasificación oficial y si la tienen no se aplican los mismos criterios. Por ello, puede apreciarse que una misma categoría presente características diferentes en función del país en el que nos hallemos. En nuestro país la clasificación se detallara en función al *“Reglamento de Establecimientos de Hospedaje”*, el cual se encuentra más adelante en el marco legal.

2.2.4.13. Características de las Empresas Hoteleras.

Las actividades realizadas en los establecimientos hoteleros son de naturaleza heterogénea. La empresa hotelera está caracterizada por un conjunto de prestaciones de servicios claramente diferenciados que están principalmente dedicados a las actividades de alojamiento y restauración que participan individualmente en la rentabilidad de la empresa. Los servicios de hotelería pueden fijarse, en general, dentro del marco siguiente: empresas dedicadas, de modo profesional o habitual al alojamiento de las personas con, o sin, otros servicios de carácter complementario.

Las características de las empresas hoteleras y específicamente del hotel tres estrellas se detallaran también en el anexo número 1 descrito en el *“Reglamento de Establecimientos de Hospedaje”*, el cual se encuentra más adelante en el marco legal.

El costeo Basado por Actividades (ABC) en las Empresas Hoteleras.

Aunque directamente se hace referencia a los hoteles como empresas de prestación de servicios, en general, cabe recordar que en éstos pueden realizarse algunas actividades que admiten discusión en cuanto a si son actividades transformadoras o, como ya ha sido apuntado, de prestación de servicios. A este respecto Requena nos menciona *“...si bien, no obsta para que, en esencia, el producto responda en alguna de sus múltiples manifestaciones a similares*

características, habida cuenta que, aun cuando en su mayoría participa de los rasgos que identifican a la empresa de servicios, no es menos cierto que en ocasiones responde también, a los de algunas actividades transformadoras...”⁽¹⁶⁾

En base a esta problemática, por un lado, y en el conjunto de características y necesidades de información expuestas para los hoteles, por otro, puede afirmarse que estamos ante una empresa de singular complejidad en la medición del servicio que presta y, si cabe, del producto que elabora.

En estas condiciones, en el ámbito del Sistema de Costes ABC será necesaria, como punto de partida, la conceptualización de un modelo propio de producción de servicios que sea útil dentro de este sector y, en concreto, para la empresa hotelera, y para la finalidad concreta que se persiga en todo momento. Dicho modelo conceptual deberá posibilitar el establecimiento de un consenso acerca de los diferentes procesos productivos y de su desarrollo.

La formulación de un modelo de costes ABC de la producción de servicios debe tener un sentido práctico y debe marcarse como uno de los objetivos más importante el hecho de posibilitar la gestión racional

⁽¹⁶⁾ Requena Rodríguez, Mario. (1995). “La empresa de servicios: una propuesta de estructuración orgánica y definición del producto de restauración en la industria hotelera”. Málaga: Universidad de Málaga.

de los procesos así como el hecho de suministrar información necesaria y oportuna en todo momento que sirva de apoyo en el proceso de toma de decisiones.

En Contabilidad de Costes existe una gran cantidad de métodos para calcular los costes. Su elección siempre depende de la información y los objetivos que se pretende conseguir así como de las características particulares de cada empresa. A continuación se hará referencia a los métodos para la determinación de los costes propuestos teóricamente, en unos casos, o bien ya aplicados en la práctica, en otros, en el sector hotelero.

2.3. MARCO LEGAL.

2.3.1. Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta.

Los artículos siguientes, están directamente relacionados con el tema:⁽¹⁷⁾

Capitulo IX: Del Régimen para Determinar la Renta.

“Art. 35°.- Inventarios y Contabilidad de Costos.

Los deudores tributarios deberán llevar sus inventarios y contabilizar sus costos de acuerdo a las siguientes normas:

- a. Cuando sus ingresos brutos anuales durante el ejercicio precedente hayan sido mayores a mil quinientas (1,500) Unidades Impositivas Tributarias del ejercicio en curso, deberán llevar un sistema de contabilidad de costos, cuya información deberá ser*

⁽¹⁷⁾ Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta, D.S. N° 122-94-EF (1994). Regulado mediante D.L. N° 774. Lima-Sunat.

- registrada en los siguientes registros: Registro de Costos, Registro de Inventario Permanente en Unidades Físicas y Registro de Inventario Permanente Valorizado.*
- b. Cuando sus ingresos brutos anuales durante el ejercicio precedente hayan sido mayores o iguales a quinientas (500) Unidades Impositivas Tributarias y menores o iguales a mil quinientas (1,500) Unidades Impositivas Tributarias del ejercicio en curso, sólo deberán llevar un Registro de Inventario Permanente en Unidades Físicas.*
 - c. Cuando sus ingresos brutos anuales durante el ejercicio precedente hayan sido inferiores a quinientas (500) Unidades Impositivas Tributarias del ejercicio en curso, sólo deberán realizar inventarios físicos de sus existencias al final del ejercicio.*
 - d. Tratándose de los deudores tributarios comprendidos en los incisos precedentes a) y b), adicionalmente deberán realizar, por lo menos, un inventario físico de sus existencias en cada ejercicio.*
 - e. Deberán contabilizar en un Registro de Costos, en cuentas separadas, los elementos constitutivos del costo de producción por cada etapa del proceso productivo. Dichos elementos son los comprendidos en la Norma Internacional de Contabilidad correspondiente, tales como: materiales directos, mano de obra directa y gastos de producción indirectos.*
 - f. Aquellos que deben llevar un sistema de contabilidad de costos basado en registros de inventario permanente en unidades físicas*

o valorizados o los que sin estar obligados opten por llevarlo regularmente, podrán deducir pérdidas por faltantes de inventario, en cualquier fecha dentro del ejercicio, siempre que los inventarios físicos y su valorización hayan sido aprobados por los responsables de su ejecución y además cumplan con lo dispuesto en el segundo párrafo del inciso c) del Artículo 21° del Reglamento.

g. No podrán variar el método de valuación de existencias sin autorización de la SUNAT y surtirá efectos a partir del ejercicio siguiente a aquél en que se otorgue la aprobación, previa realización de los ajustes que dicha entidad determine.

h. La SUNAT mediante Resolución de Superintendencia podrá:

i. Establecer los requisitos, características, contenido, forma y condiciones en que deberá llevarse los registros establecidos en el presente Artículo.

ii. Eximir a los deudores tributarios comprendidos en el inciso a) del presente artículo, de llevar el Registro de Inventario Permanente en Unidades Físicas.

iii. Establecer los procedimientos a seguir para la ejecución de la toma de inventarios físicos en armonía con las normas de contabilidad referidas a tales procedimientos.

En todos los casos en que los deudores tributarios practiquen inventarios físicos de sus existencias, los resultados de dichos inventarios deberán ser refrendados por el contador o persona responsable de su ejecución y aprobados por el representante legal.

A fin de mostrar el costo real, los deudores tributarios deberán acreditar, mediante los registros establecidos en el presente Artículo, las unidades producidas durante el ejercicio, así como el costo unitario de los artículos que aparezcan en los inventarios finales.

En el transcurso del ejercicio gravable, los deudores tributarios podrán llevar un Sistema de Costo Estándar que se adapte a su giro, pero al formular cualquier balance para efectos del impuesto, deberán necesariamente valorar sus existencias al costo real. Los deudores tributarios deberán proporcionar el informe y los estudios técnicos necesarios que sustenten la aplicación del sistema antes referido, cuando sea requerido por la SUNAT.

“Art. 21°.-Renta de Tercera Categoría.

a. Tratándose de los desmedros de existencias, la SUNAT aceptará como prueba la destrucción de las existencias efectuadas ante Notario Público o Juez de Paz, a falta de aquél, siempre que se comunique previamente a la SUNAT en un plazo no menor de seis (6) días hábiles anteriores a la fecha en que llevará a cabo la destrucción de los referidos bienes. Dicha entidad podrá designar a un funcionario para presenciar dicho acto; también podrá establecer procedimientos alternativos o complementarios a los indicados, tomando en consideración la naturaleza de las existencias o la actividad de la empresa.

2.3.2. Ley General de Sociedades.

Los artículos siguientes, están directamente relacionados con el tema:⁽¹⁸⁾

“Art. 6°.- Persona Jurídica.

La sociedad adquiere personalidad jurídica desde su inscripción en el registro y la mantiene hasta que se inscribe su extinción”

Formas Especiales de Sociedad Anónima.

Título I: Sociedad Anónima Cerrada.

“Art. 234°.- Requisitos.

La sociedad anónima puede sujetarse el régimen de la sociedad anónima cerrada cuando tiene no más de veinte acciones inscritas en el Registro Público de Mercados y Valores. No se puede solicitar la inscripción en dicho registro de las acciones de una sociedad anónima cerrada”.

“Art. 235°.- Denominación.

La denominación debe incluir la indicación “Sociedad Anónima Cerrada”, o las siglas S.A.C”.

Título I: Sociedad Anónima Abierta.

“Art. 249°.- Definición.

⁽¹⁸⁾ Ley General de Sociedades, Ley N° 26887 (2009). Actualizado con sus modificatorias según leyes N°s. 26931, 26977, 27303 y 28370, promulgada el 05/12/1997. Lima: Editograber

La sociedad anónima es abierta cuando se cumpla uno o más de las siguientes condiciones:

- ✓ *Ha hecho oferta pública primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones;*
- ✓ *Tiene más de setecientos cincuenta accionistas;*
- ✓ *Más de treinta y cinco por ciento de su capital pertenece a ciento setenta y cinco o más accionistas, sin considerar dentro de este número a aquellos accionistas cuya tenencia accionaria individual no alcance al dos por mil del capital o exceda del cinco por ciento del capital.*
- ✓ *Se constituya como tal; o,*
- ✓ *Todos los accionistas con derecho a voto aprueban por unanimidad la adaptación a dicho régimen”.*

“Art. 251°.- Denominación.

La denominación debe incluir la indicación “Sociedad Anónima Abierta”, o las siglas S.A.A”.

Libro III: Otras Formas Societarias.

Sección Primera: Sociedad Colectiva

“Art. 265°.- Responsabilidad.

En la sociedad colectiva los socios responden en forma solidaria e ilimitada por las obligaciones sociales. Todo pacto en contrario no produce efecto contra terceros”.

“Art. 265°.- Razón Social.

La sociedad colectiva realiza sus actividades bajo una razón social que se integra con el nombre de todos los socios o de algunos de ellos, agregándose la expresión “Sociedad Colectiva” o las siglas “S.C.

La persona que, sin ser socio, permite que su nombre aparezca en la razón social, responde como si lo fuera.

Sección Segunda: Sociedades en Comandita.

Título I: Disposiciones Generales.

“Art. 278°.- Responsabilidad.

En las sociedades en comandita, los socios colectivos responden solidaria e ilimitadamente por las obligaciones sociales, en tanto que los socios comanditarios responden solo hasta la parte del capital que se hayan comprometido a aportar. El acto constitutivo debe indicar quienes son los socios colectivo y quienes los comanditarios.

“Art. 279°.- Razón Social.

La sociedad en comandita realiza sus actividades bajo una razón social que se integra con el nombre de todos los socios colectivos, o de algunos o alguno de ellos, agregándose, según corresponda, las expresiones “Sociedad en Comandita” o “Sociedad en Comandita por Acciones” o sus respectivas siglas “S. en C.” o “S en C por A.”.

El socio comanditario que consienta que su nombre figure en la razón social responde frente a terceros por las obligaciones sociales como si fuera colectivo.

Sección Segunda: Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada.

“Art. 283.- Definición y Responsabilidad.*

En la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada el capital está dividido en participaciones iguales, acumulables o indivisibles, que no pueden ser incorporadas en títulos valores, ni denominarse acciones.

Los socios no pueden exceder de veinte y no responden personalmente por las obligaciones sociales.

“Art. 284.- Denominación.*

La Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada tiene una denominación, pudiendo utilizar además un nombre abreviado, al que en todo caso debe añadir la indicación “Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada” o su abreviatura “S.R.L”.

2.3.3. Reglamento de Establecimientos de Hospedaje.

El Reglamento de Establecimientos de Hospedaje tiene como objeto establecer las disposiciones para la clasificación, categorización,

funcionamiento y supervisión de los establecimientos de hospedaje con los cual transcribiremos aquellos artículos necesarios para el fortalecimiento de nuestro marco teórico y reflejar las características en base al presente reglamento de los hoteles tres estrellas, objeto de investigación. ⁽¹⁹⁾

“Art. 2°.- Ámbito de Aplicación.

Están sujetos a las normas del presente Reglamento todos los establecimientos que prestan el servicio de hospedaje.

Los establecimientos de hospedaje podrán solicitar al Órgano Regional Competente, su clasificación y/o categorización, cumpliendo para tal efecto con los requisitos de infraestructura, equipamiento y servicio, según corresponda.

Los establecimientos de hospedaje se clasifican y/o categorizan en la siguiente forma:

(Cuadro 2-6)

Clase	Categoría
Hotel	Una a cinco estrellas
Apart – Hotel	Tres a cinco estrellas
Hostal	Una a tres estrellas
Resort	Tres a cinco estrellas
Ecolodge	-.-
Alberque	-.-

(Fuente: Reglamento de Establecimientos de Hospedaje)

⁽¹⁹⁾ Reglamento de Establecimiento de Hospedaje DS. N° 029-2004.MINCETUR (2004), conforme a la ley N° 27790, ley de Organización y funciones del MINCETUR y la Ley N° 26961, ley para el desarrollo de la actividad turística del MINCETUR. Lima. Publicado el 25/11/2004.

“Art. 3º.- Definiciones.

Inciso a) Establecimiento de Hospedaje: Lugar destinado a prestar habitualmente servicio de alojamiento no permanente, para que sus huéspedes pernocten en el local, con la posibilidad de incluir otros servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente establecida en las tarifas del establecimiento.

Inciso b) Clase: Identificación del establecimiento de hospedaje de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 2º del presente Reglamento.

Inciso c) Categoría: Rango en estrellas establecido por este Reglamento a fin de diferenciar dentro de cada clase de establecimiento de hospedaje, las condiciones de funcionamiento y servicios que éstos deben ofrecer. Sólo se categorizan los establecimientos de hospedaje de la clase Hotel, Apart- Hotel, Hostal y Resort.

Inciso d) Hotel: Establecimiento de hospedaje que cuenta con no menos de 20 habitaciones y que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de hospedaje para ser categorizados como Hoteles de 1 a 5 estrellas, deben cumplir con los requisitos que se señalan en el Anexo N° 1 que forma parte integrante del presente Reglamento”.

Inciso j) Huésped: Persona natural a cuyo favor se presta el servicio de hospedaje.

Inciso K) Habitación o Departamento: Ambiente privado del establecimiento de hospedaje, amoblado y equipado para prestar facilidades a fin de que los huéspedes puedan pernoctar, según su capacidad, el cual debe cumplir con los requisitos mínimos previstos en los anexos correspondientes del presente Reglamento.

Inciso o) Contrato de Hospedaje: Es la relación jurídica que se genera entre el huésped y el establecimiento de hospedaje, por la sola inscripción y firma en el Registro de Huéspedes, se regula por el derecho común, las normas del propio establecimiento de hospedaje y las disposiciones contenidas en el presente Reglamento.

Las agencias de viajes y turismo u otras personas naturales y jurídicas que pudieran intermediar en la contratación de los servicios de alojamiento, no son parte del contrato de hospedaje referido en el párrafo precedente.

Inciso q) Día Hotelero: Período de 24 horas dentro del cual el huésped podrá permanecer en uso de la habitación, de acuerdo al registro de ingreso y la hora límite de salida fijada por el establecimiento de hospedaje, a efecto de cobrar, sin recargo, la tarifa respectiva por el alojamiento.

Inciso r) Recepción y Consejería: Área del establecimiento de hospedaje, en la cual se reciben y registran los huéspedes, se facilita información sobre los servicios que presta el

establecimiento, se prestan los servicios de traslado de equipaje, correspondencia, información y otros servicios similares. Deberá ser suficientemente espaciosa para permitir la presencia de no menos del 10% del número total de huéspedes que puede albergar el establecimiento de hospedaje.

Inciso s) Servicios Higiénicos: Es el ambiente que cuenta como mínimo con un lavatorio, inodoro, tina y/o ducha (lo último no necesario en caso se trate de medio baño), iluminación eléctrica, toma corriente y un espejo. Las paredes deben estar revestidas con material impermeable de calidad comprobada de acuerdo a lo establecido en los Anexos adjuntos al presente Reglamento.

Inciso t) Personal Calificado: Persona capacitada o con experiencia demostrada para trabajar en un establecimiento de hospedaje.

Inciso u) Personal Calificado: Servidor público autorizado por el Órgano Regional Competente para efectuar visitas a los establecimientos de hospedaje a fin de verificar el cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento.

Inciso w) MINCETUR: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo”.

“Art. 7°.- Condiciones Mínimas que Deben Cumplir los Establecimientos de Hospedaje.

Los titulares de los establecimientos de hospedaje deberán presentar al Órgano Regional Competente, dentro de un plazo de

treinta (30) días de iniciada su actividad, una Declaración Jurada dejando constancia de que cumplen con las siguientes condiciones mínimas:

- a) El número de habitaciones es de seis (6) o más;*
- b) Tiene un ingreso para la circulación de los huéspedes y personal de servicio;*
- c) Cuenta con un área de Recepción;*
- d) Tiene botiquín de primeros auxilios;*
- e) El área de las habitaciones (incluyendo el área de clóset y guardarropa) es de 6 m² o más;*
- f) El área total de los servicios higiénicos privados o comunes es de 2 m² o más;*
- g) Los servicios higiénicos se encuentran revestidos con material impermeable. En el caso del área de ducha, dicho revestimiento será de 1.80 m;*
- h) Si se trata de un establecimiento de cinco (5) o más plantas, cuenta por lo menos con un ascensor;*
- i) La edificación del establecimiento de hospedaje guarda armonía con el entorno en que se ubica;*
- j) Cambio regular de las sábanas, siempre que cambie el huésped y cuando el huésped lo solicite;*
- k) Limpieza diaria del establecimiento.*

Las condiciones relativas a ventilación, zonas de seguridad, escaleras, salidas de emergencia y otros similares, deberán cumplir con las disposiciones municipales y del Sistema Nacional de Defensa Civil”.

“Art. 8°.- Certificado de Clasificación y/o Categorización.

El titular de un establecimiento de hospedaje que requiera ostentar clase y/o categoría, podrá solicitar al Órgano Regional Competente el Certificado de clasificación y/o categorización, cumpliendo con los requisitos establecidos en el presente Reglamento”.

“Art. 17°.- Directorio de Establecimiento de Hospedajes.

Cada Órgano Regional Competente llevará el Directorio actualizado de los establecimientos de hospedaje clasificados y/o categorizados en el ámbito de su competencia administrativa, el mismo que deberá consignar lo siguiente:

- 1. Nombre, denominación o razón social del titular del establecimiento;*
- 2. Nombre Comercial;*
- 3. Nombre del representante legal;*
- 4. Número de RUC;*
- 5. Domicilio;*
- 6. Número de Certificado;*

7. *Clase;*
8. *Categoría;*
9. *Fecha de expedición del Certificado;*
10. *Fecha de expiración del Certificado;*
11. *Capacidad instalada (número de habitaciones, camas y servicios complementarios);*
12. *Teléfono;*
13. *Fax;*
14. *Correo electrónico (de ser el caso);*
15. *Página web (de ser el caso)”.*

“Art. 19º.- Naturaleza de la Clasificación y/o Categorización.

La clasificación y/o categorización recae sobre el inmueble, equipamiento y servicios del establecimiento de hospedaje, independientemente del titular a cuyo favor se haya otorgado el Certificado correspondiente”.

“Art. 29º.- Condiciones de las Instalaciones.

Las instalaciones de los establecimientos de hospedaje deberán estar en óptimas condiciones de conservación, presentación, funcionamiento, limpieza y seguridad, de modo que permita su uso inmediato y la prestación adecuada de los servicios ofrecidos desde el día que inicia sus operaciones”.

“Art. 30º.- Atención de Huéspedes.

Los establecimientos de hospedaje deben brindar atención permanente a sus huéspedes y mostrar en forma visible tanto en la recepción como en las habitaciones, las tarifas, la hora de inicio y el término del día hotelero y demás condiciones del contrato de hospedaje”.

2.4. MARCO CONCEPTUAL.

En este estudio se entenderá como:

Costos.-Es aquella erogación asignada a los bienes y servicios de una entidad con la finalidad de obtener un producto final u obtener el valor de un servicio para ofertarlo a sus clientes y generar rentabilidad.

Costos Basados en Actividades (ABC).-Proviene de las siglas sigla en inglés de “activity based costing” o “costeo basado en actividades”; es una herramienta la cual consiste en la asignación adecuada y minuciosa de los costos indirectos a las diferentes actividades empresariales con la finalidad de brindar una información más exacta para la toma de decisiones, analizando las ventajas y desventajas competitivas que se crean.

Centro de Actividad.- Son grupo de procesos o procedimientos relacionados, que juntos satisfacen una necesidad particular de trabajo de la organización.

Centro de Costo.- Es el más bajo nivel de detalle por el que los costos son acumulados y distribuidos. Ellos pueden comprender una actividad simple o un grupo de actividades. Una unidad en la cual el desempeño se mide en términos del costo presupuestado y cuyo gerente tiene responsabilidad únicamente sobre el incurrimiento del costo.

Gerencia Basada en Actividades.- Es una disciplina que se focaliza en la gerencia de actividades como la ruta que mejorará continuamente y simultáneamente el valor recibido por el cliente y las utilidades ganadas por proveer estos valores.

Costo de Apoyo al Cliente.-Costos incurridos al nivel del cliente individual, sin tomar en cuenta la cantidad o mezcla de servicios o productos individuales que el cliente compre.

Justo a Tiempo.-Es una herramienta gerencial que permite dinamizar las actividades y por ende ofertar un tiempo establecido que puede ser menor al acordado el producto final o servicio a prestar.

Cadena de Valor.-Es la suma de los beneficios percibidos que el cliente recibe menos los costos percibidos por él al adquirir y usar un producto o servicio.

Actividad.- Son el "motor" del ABC, en la medida que son ellas las que generan que la empresa incurra en costos, justamente a través de esa mezcla de recursos necesarios para el desarrollo de una actividad. A diferencia de la distribución de gastos por centro de costos hacia los productos, el ABC propone la asignación de costos desde las actividades.

Recurso.- Elemento económico que es aplicado o utilizado para realizar actividades. Se encuentran básicamente en el sistema contable. (Por ejemplo los Sueldos y salarios, depreciación de vehículos, depreciación de equipos, materiales, materias primas, insumos, etc.)

Proceso.- Es la secuencia lógica de tareas relacionadas que utilizan recursos organizacionales para proporcionar un producto o servicio a clientes internos o externos.

Rentabilidad.- Es un índice que mide la relación entre utilidades o beneficios, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerlos.

Empresa.- Es el medio utilizado para producir y poner en manos de sus clientes la mayor parte de los bienes y servicios existentes en la economía. Para tratar de alcanzar sus objetivos.

Empresario.- Es la persona que dispone de derechos en la empresa, puede ser el dueño de esta, directivos que la dirigen y que realizan la función de empresario como persona empleada con función empresarial.

Empresas de Servicios.- Son aquellas que prestan servicios a la comunidad, a otras empresas o a instituciones estatales o privadas; al igual que las empresas comerciales pertenecen al tercer sector de la economía.

Hotel.- Establecimiento de hospedaje que cuenta con no menos de 20 habitaciones y que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Pueden ser de 1 a 5 estrellas.

CAPITULO III

METODOLOGIA

3.1 TIPIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1 TIPO DE LA INVESTIGACION

Esta es una investigación aplicada, porque si bien todos los aspectos son teorizados, pero sus alcances serán prácticos en la medida que sean aplicados por la empresa Gran Hotel Alturas de la ciudad de Huaraz, para lograr una mejor rentabilidad.

3.1.2 NIVEL DE INVESTIGACION

Tomando como referencia la naturaleza de las variables, esta será una investigación del nivel descriptivo y explicativo; por cuanto describe el Sistema de Costos ABC y la rentabilidad y luego explica de qué manera el Sistema de Costo ABC incide en la rentabilidad de la Empresa Gran Hotel Alturas de la ciudad de Huaraz.

3.1.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación es No Experimental y Transeccional Correlacional.

El diseño es No Experimental puesto que no se manipulan deliberadamente las variables, solamente se analizan tal y como suceden en la realidad.

Es Transeccional Correlacional porque trata de ver si hay relación significativa entre Sistema de Costo ABC y la rentabilidad de la empresa Gran Hotel Alturas de la ciudad de Huaraz periodo 2014-2015.

3.1.4. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Inductivo.- Para inferir la información de la muestra, su aplicación y resultados en la población de la investigación.

3.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
SISTEMA DE COSTO ABC V.I	Inductores de costos	- Factor de prorrateo
	Actividades y procesos	- Prestación del servicio - Análisis de los costos
RENTABILIDAD V.D	Razones de rentabilidad	- Razones de rentabilidad bruta sobre las ventas - Razones de rentabilidad neta sobres las ventas. - Razones de rentabilidad neta del patrimonio. - Razones de rentabilidad de inversión.

3.3 FORMALIZACION DE LA HIPOTESIS

$$Y = F (X_1, X_2)$$

Dónde:

Y = rentabilidad de la empresa Gran Hotel Alturas

X₁ = Análisis de costos proyectados.

X₂ = Determinación de los inductores.

3.4 POBLACION Y MUESTRA

3.4.1. Población

La población considerada para la presente investigación está representada por 10 trabajadores tanto personal administrativo como personal de planta del Gran Hotel Alturas de la ciudad de Huaraz que se desempeñan en las diferentes áreas.

3.4.2. Muestra

La Muestra censal se orientó a encuestar a 08 empleados los cuales tiene formación técnica y profesionales y que conocen de terminología referente al tema de estudio.

3.5 TECNICAS, INSTRUMENTOS Y FUENTES DE RECOLECCION DE DATOS

De acuerdo a las variables que son tratadas en la investigación, para obtener datos sobre sus dominios, se aplicó las siguientes técnicas:

1. **La técnica del análisis documental.-** de acuerdo a esta técnica se utilizó instrumentos de recolección de datos tales como: fichas de resumen y textuales, y para ello teniendo como fuente a los libros, documentos de costos de las materias primas, costos indirectos, gastos, y otros documentos de igual relevancia.
2. **La técnica de la entrevista.-** para estos fines se usó de instrumentos tales como las guías de entrevista; teniendo como informante a los trabajadores administrativos.
3. **La técnica de la encuesta.-** utilizando como instrumento un cuestionario, recurriendo como informantes a los trabajadores administrativos

3.6 FORMA DE TRATAMIENTO DE DATOS

Los resultados de las informaciones serán presentadas en resúmenes, cuadros, gráficos y diagramas; que a partir de ello se formularan apreciaciones objetivas.

Las apreciaciones correspondientes a informaciones de las variables, han de ser utilizados como premisas para contrastar los objetivos de la investigación.

Las informaciones se han de utilizar para efectuar la prueba de Hipótesis.

Y finalmente para hacer una contrastación de los resultados con el marco referencial y con cada una de las hipótesis general y específicas.

3.7 FORMA DE ANÁLISIS DE LAS INFORMACIONES.

Los resultados de las informaciones serán presentadas en resúmenes, cuadros, gráficos y diagramas; que a partir de ello se formularan apreciaciones objetivas.

Las apreciaciones correspondientes a informaciones de las variables, han de ser utilizados como premisas para contrastar los objetivos de la investigación.

Las informaciones se han de utilizar para efectuar la prueba de Hipótesis.

Y finalmente para hacer una contrastación de los resultados con el marco referencial y con cada una de las hipótesis general y específicas.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. PRESENTACION DE DATOS GENERALES

En virtud al cumplimiento del objetivo general así como los objetivos específicos, los resultados obtenidos investigados representan la influencia de los “Costos Basado por Actividades ABC” sobre la rentabilidad en el Gran Hotel Alturas de la ciudad de Huaraz; en función a la eficacia que tales costos representan así como su distribución adecuada generando variaciones favorables para la toma de decisiones. Para el desarrollo de la investigación se empleó el método analítico-sintético elaborado por medio de la encuesta planteada y la elaboración de un modelo acorde con la realidad del Gran Hotel Alturas, ya que se usó información fidedigna acerca de los costos en que incurre este Hotel, lo que sirvió para establecer conclusiones generales y específicas de acuerdo a los objetivos planteados. También la muestra, objeto de investigación, se completó al 100% en el caso de la encuesta realizada a través del cuestionario elaborado, mientras que en el caso de la modelación elaborada se realizó con la finalidad de fortalecer la hipótesis general así como las hipótesis específicas planteadas. Finalmente el instrumento realizado ha sido validado ya que el resultado obtenido se ha producido como producto de la necesidad del administrador de la empresa hotelera de implementar nuevas herramientas de gestión para la toma de decisiones adecuadas en beneficio de la rentabilidad hotelera.

4.2. PRESENTACION Y ANALISIS DE DATOS RELACIONADO CON CADA OBJETIVO DE INVESTIGACION.

4.2.1. En función al objetivo general el cual es el siguiente:

“Describir la influencia de los Costos Basados en Actividades (ABC) en la rentabilidad del Gran Hotel Alturas de la ciudad de Huaraz, periodo 2014-2015”.

Se obtuvo resultados de las preguntas planteadas en el cuestionario de la siguiente manera:

Respecto a la Costos Basados en Actividades ABC.

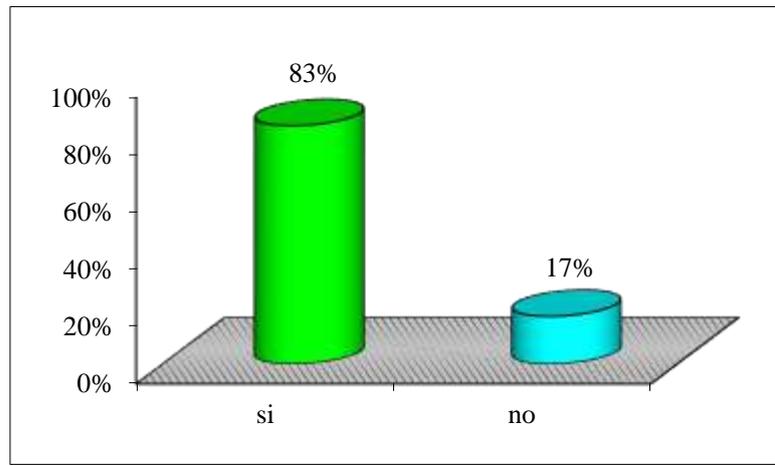
¿La empresa utilizó algún sistema de contabilidad de costos entre Enero del 2014 a Marzo del 2015?

CUADRO N° 4-1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Si	05	83%	83,33	83,33
No	03	17%	16,67	100
Total	08	100%	100	

(Fuente Propia)

GRAFICO N° 4-1



(Fuente Propia)

INTERPRETACIÓN:

En el gráfico, podemos observar que del total de personas encuestadas, el 83% indica que utiliza algún sistema de contabilidad de costos, y el 17% refiere que no utiliza ningún sistema de contabilidad de costos.

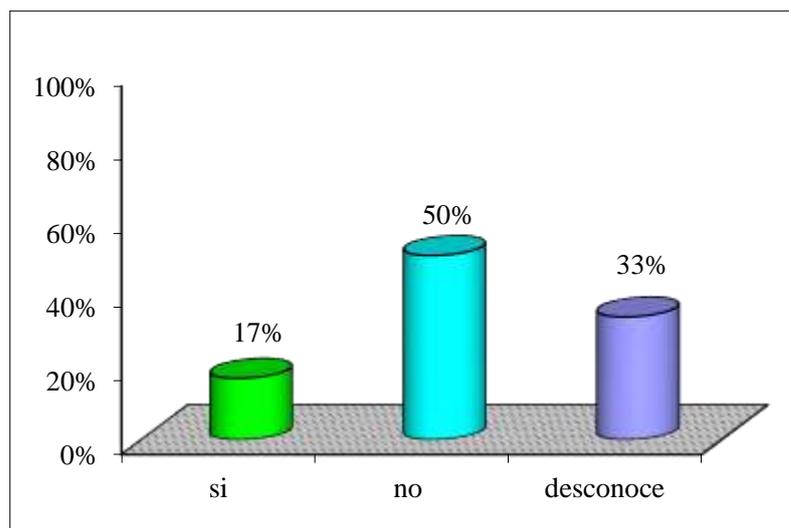
¿El Sistema de Contabilidad de Costos que utilizó la empresa entre Enero del 2014 a Marzo del 2015 fue efectivo para maximizar la rentabilidad?

CUADRO N° 4-2

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Si	01	17%	16,67	16,67
No	04	50%	50,00	66,67
Desconoce	03	33%	33,33	100
Total	08	100%	100	

(Fuente Propia)

GRAFICO N° 4-2



(Fuente Propia)

INTERPRETACIÓN

En el gráfico, podemos observar que del total de personas encuestadas, el 17% indica que el Sistema de Contabilidad de Costos actual es efectivo para maximizar la rentabilidad de la empresa, el 50% refiere que el Sistema de Contabilidad de Costos actual no es efectivo para maximizar la rentabilidad de la empresa, y el 33% desconoce el tema.

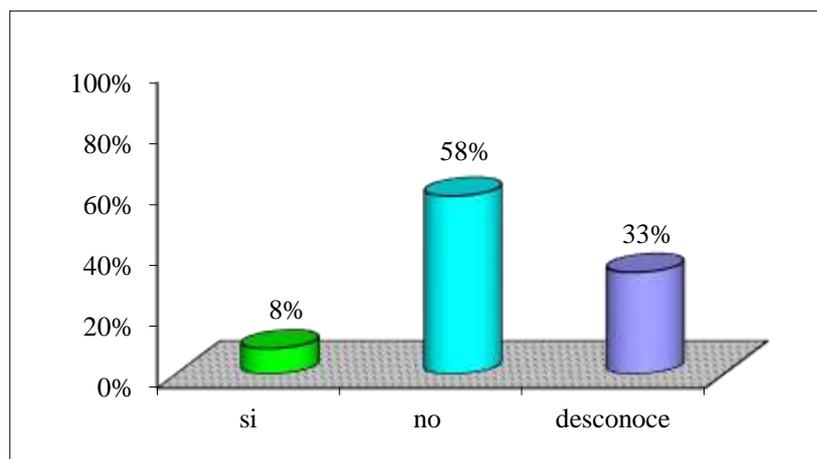
¿Para calcular los costos que incurrió la empresa hotelera entre Enero del 2014 a Marzo del 2015 tuvo en cuenta la adecuada distribución en todas las actividades?

CUADRO N° 4-3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Si	01	8%	8,33	8,33
No	05	58%	58,33	66,67
Desconoce	02	34%	33,33	100
Total	08	100%	100	

(Fuente Propia)

GRAFICO N° 4-3



(Fuente Propia)

INTERPRETACIÓN

En el gráfico, podemos observar que del total de personas encuestadas, el 8% indica que para calcular los costos en que incurre la empresa hotelera actualmente tienen en cuenta la adecuada distribución en todas las actividades, el 58% refiere que la empresa hotelera actualmente no tienen en cuenta la adecuada distribución en todas las actividades, y el 33% desconoce el tema.

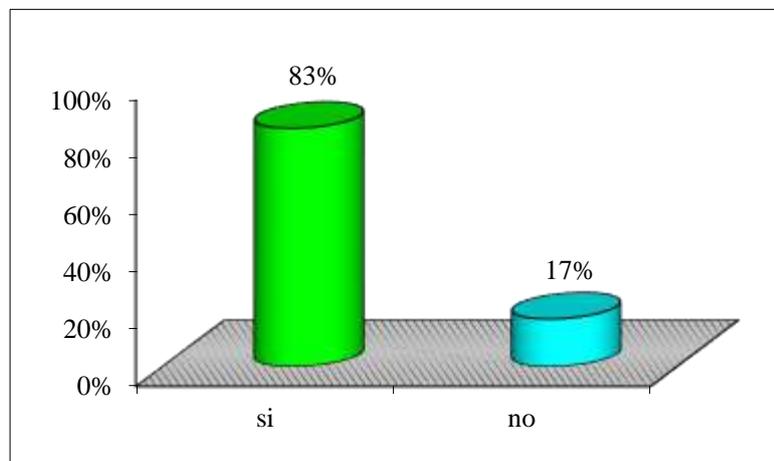
¿Conoce las características principales de los Costos Basados en Actividades ABC en una empresa Hotelera?

CUADRO N° 4-4

	frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
Si	02	17%	16,67	16,67
No	06	83%	83,33	100
Total	08	100%	100	

(Fuente Propia)

GRAFICO N° 4-4



(Fuente Propia)

INTERPRETACIÓN

En el gráfico, podemos observar que del total de personas encuestadas, el 17% mencionan que conocen las características principales de los Costos Basados en Actividades ABC en una empresa Hotelera, y el 83% refiere que no tienen conocimiento de las características principales de los Costos Basados en Actividades ABC en una empresa Hotelera.

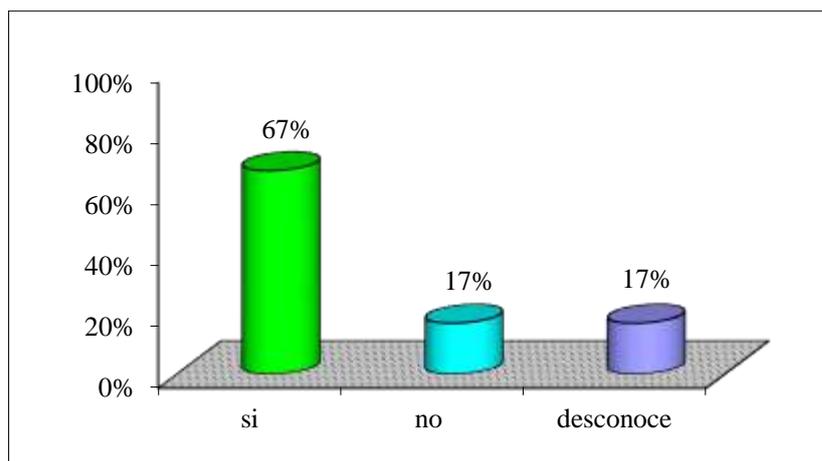
¿Cree que debió usar los Costos Basados en Actividades ABC, entre el periodo 2014 y 2015, como herramienta de gestión en las operaciones de su empresa optimizando la rentabilidad?

CUADRO N° 4-5

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Si	06	67%	66,67	66,67
No	1	17%	16,67	83,33
Desconoce	1	17%	16,67	100
Total	08	100%	100	

(Fuente Propia)

GRAFICO N° 4-5



(Fuente Propia)

INTERPRETACIÓN

En el gráfico, podemos observar que del total de personas encuestadas, el 67% menciona que debe usar los Costos Basados en Actividades ABC como herramienta de gestión en las operaciones de su empresa, mientras que el 17% refiere que no debería usar los Costos Basados en Actividades ABC como herramienta de gestión en las operaciones de su empresa, y el 17% desconoce el tema.

Respecto a La Rentabilidad

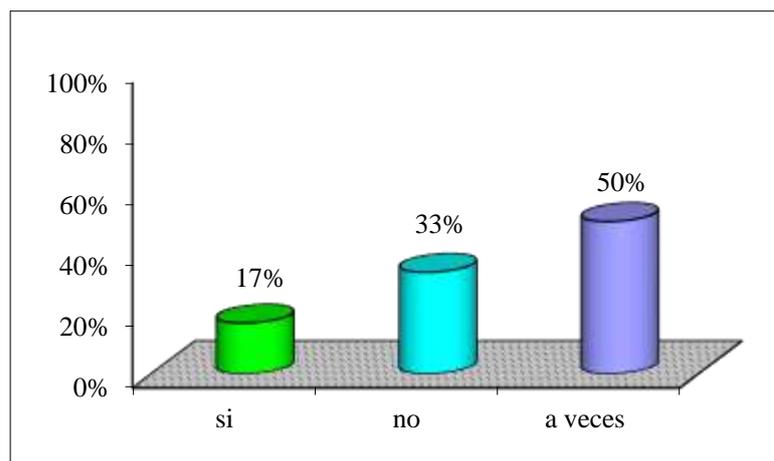
¿La empresa hotelera realizó inversiones adecuadas entre Enero del 2014 a Marzo del 2015?

CUADRO N° 4-6

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Si	01	17%	16,67	16,67
No	03	33%	33,33	50,00
A veces	04	50%	50,00	100
Total	08	100%	100	

(Fuente Propia)

GRAFICO N° 4-6



(Fuente Propia)

INTERPRETACIÓN

En el gráfico, podemos observar que del total de personas encuestadas, el 17% indica que realiza inversiones adecuadas, el 33% refiere que no realiza inversiones adecuadas, y el 50% refiere que lo hace pocas veces.

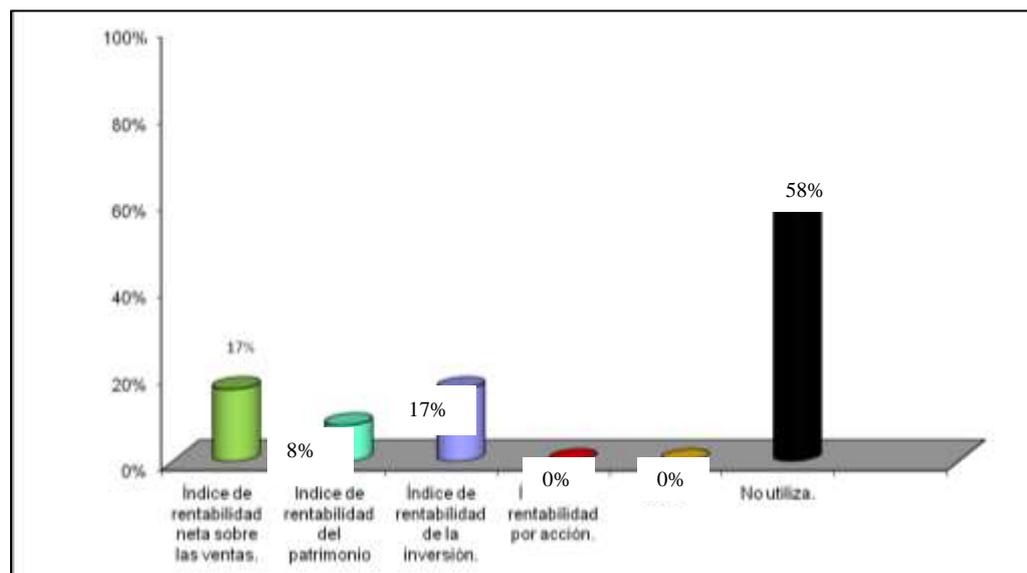
¿Cuál de los siguientes ratios de rentabilidad utiliza la empresa para medir la variación rentable entre Enero del 2014 a Marzo del 2015?

CUADRO N° 4-7

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Índice de rentabilidad neta sobre las ventas.	01	17	16.67	16.67
Índice de rentabilidad del patrimonio	01	8	8.33	25.00
Índice de rentabilidad de la inversión.	01	17	16.67	41.67
Índice de rentabilidad por acción.	0	0	0.00	41.67
Otros	0	0	0.00	41.67
No utiliza.	05	58	58.33	100.00
Total	08	100	100.00	

(Fuente Propia)

GRAFICO N° 4-7



(Fuente Propia)

INTERPRETACIÓN

En el gráfico, podemos observar que del total de personas encuestadas, el 17% utilizan el Índice de rentabilidad neta sobre las ventas para medir la variación de la rentabilidad en la empresa hotelera, mientras que el 8% utilizan el Índice de rentabilidad del

patrimonio para medir la variación de la rentabilidad en la empresa hotelera; así mismo el 17% utilizan el Índice de rentabilidad de la inversión para medir la variación de la rentabilidad de la empresa hotelera; mientras que el 0% indica que no utilizan el Índice de rentabilidad por acción o algún otro indicador para medir la variación de la rentabilidad de la empresa hotelera, mientras que el 58% no utilizan indicadores para medir la variación de la rentabilidad de la empresa hotelera.

4.2.2. En función al primer objetivo específico el cual es el siguiente:

“Describir el nivel de efectividad de los Costos Basados en Actividades (ABC) en la rentabilidad del Gran Hotel Alturas, periodo 2014-2015”.

Se obtuvo resultados de las preguntas planteadas en el cuestionario de la siguiente manera:

Respecto a la Costos Basados en Actividades ABC.

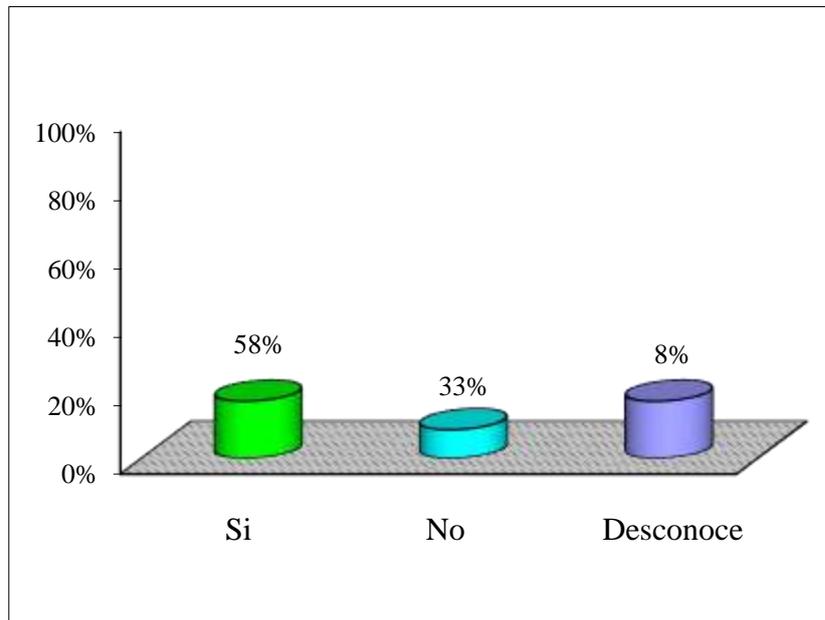
¿Cree que la información de los Costos Basados en Actividades ABC hubiese mejorado, entre el periodo 2014 y 2015, la efectividad de los costos para optimizar la rentabilidad de su empresa?

CUADRO N° 4-8

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Si	04	58%	58,33	58,33
No	03	33%	33,33	91,67
Desconoce	01	8%	8,33	100
Total	08	100%	100	

(Fuente Propia)

GRAFICO N° 4-8



(Fuente Propia)

INTERPRETACIÓN

En el gráfico, podemos observar que del total de personas encuestadas, el 58% refiere a que la información de los Costos Basados en Actividades ABC mejorará la efectividad de los costos para optimizar la rentabilidad de la empresa, mientras que el 33% menciona que información de los Costos Basados en Actividades ABC no mejorará la efectividad de los costos para optimizar la rentabilidad de la empresa, y el 8% desconoce el tema.

Respecto a la Rentabilidad.

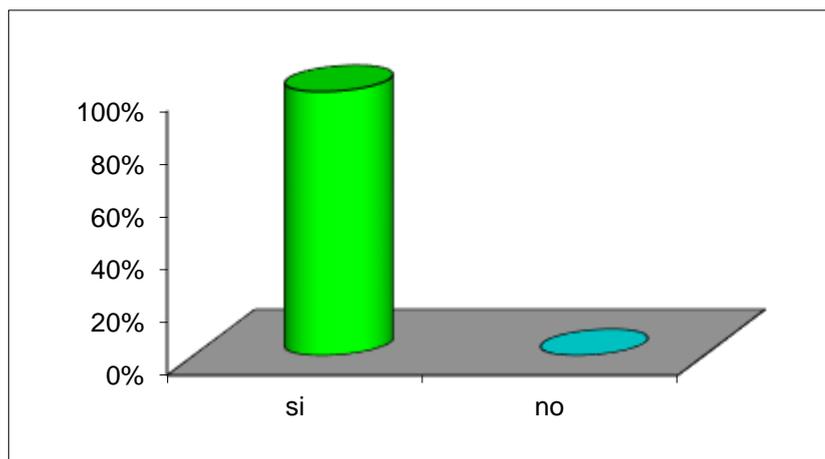
¿Cree usted que la rentabilidad empresarial se optimizara, del 2014 hacia adelante, con la aplicación del Costeo Basado por Actividades ABC como herramienta de gestión?

CUADRO N° 4.9

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	porcentaje valido	porcentaje acumulado
SI	08	100	100.00	100.00
NO	0	0	0.00	100
Total	08	100	100	

(Fuente Propia)

GRAFICO N° 4.9



(Fuente Propia)

INTERPRETACIÓN

En el gráfico, podemos observar que del total de personas encuestadas, el 100% si creen que la rentabilidad empresarial se optimizara con la aplicación del Costeo Basado por Actividades ABC como herramienta de gestión del 2014 hacia adelante mientras que el 0% refleja que la rentabilidad empresarial no se optimizara con aplicación del Costeo Basado por Actividades ABC como herramienta de gestión.

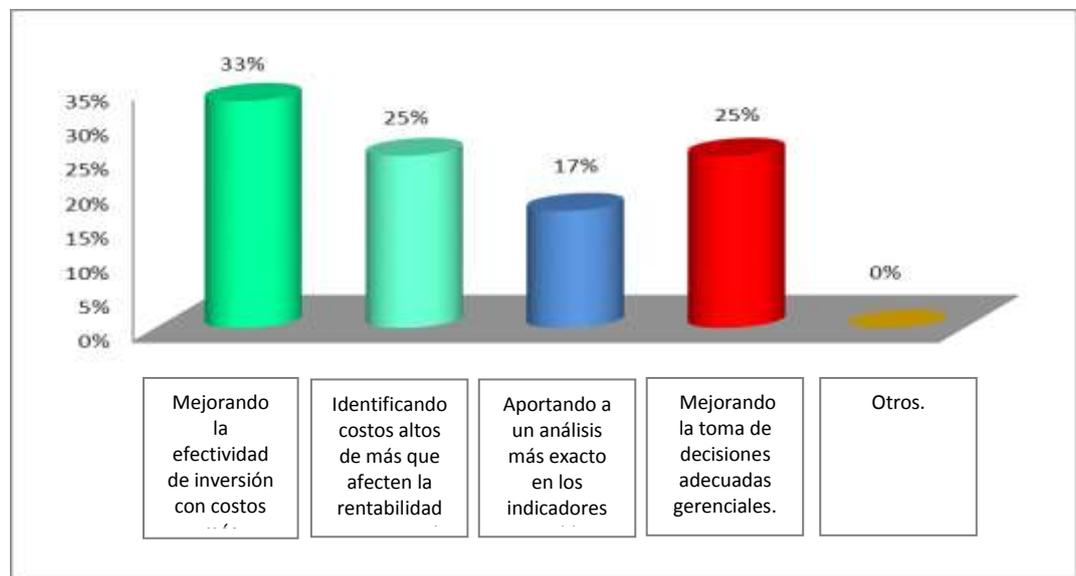
¿De qué manera cree usted que la rentabilidad de la empresa hotelera mejorará con la aplicación del Costeo Basado por Actividades ABC como herramienta de gestión?

CUADRO N° 4.10

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Mejorando la efectividad de inversión con costos más precisos.	3	25	33.33	33.33
Identificando costos altos de más que afecten la rentabilidad empresarial.	2	25	25.00	58.33
Aportando a un análisis más exacto en los indicadores rentables.	1	17	16.67	75.00
Mejorando la toma de decisiones adecuadas gerenciales.	2	33	25.00	100.00
Otros.	0	0	0.00	100.00
Total	08	100	100.00	

(Fuente Propia)

GRAFICO N° 4.10



(Fuente Propia)

INTERPRETACIÓN

En el gráfico, podemos observar que del total de personas encuestadas, el 33% creen que la rentabilidad de la empresa hotelera mejorará con la

aplicación del Costeo Basado por Actividades ABC como herramienta de gestión ya que permitirá conocer de manera óptima la efectividad de la inversión con costos más precisos, mientras que el 25% piensa que se Identificará los costos altos que afectan la rentabilidad empresarial, asimismo el 17% piensa que se Aportará a un mejor análisis de los indicadores de rentabilidad; también el 25% cree que mejorará la toma de decisiones gerenciales y 0% otros.

4.2.3. En función al segundo objetivo específico el cual es el siguiente:

“Identificar las variaciones generadas con el grado de distribución adecuada de los Costos Basados en Actividades (ABC) en la rentabilidad del Gran Hotel Alturas de la ciudad de Huaraz, periodo 2014-2015”.

Se obtuvo resultados de las preguntas planteadas en el cuestionario de la siguiente manera:

Respecto a la Costos Basados en Actividades ABC.

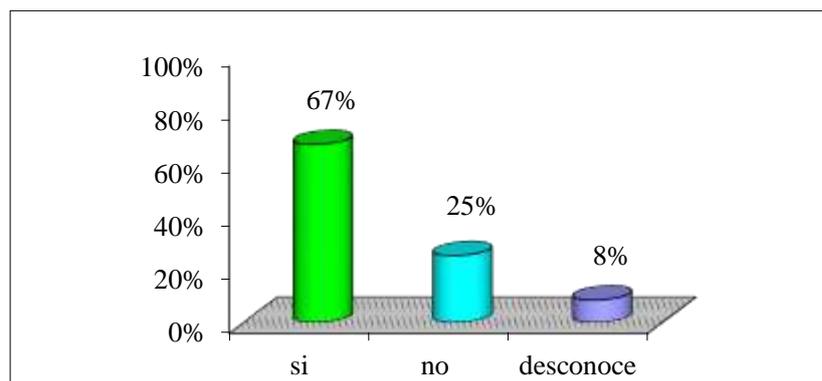
¿Cree que la información de los Costos Basados en Actividades ABC hubiese mejorado, entre el periodo 2014 y 2015, el grado de distribución adecuada en las actividades de su empresa optimizando su rentabilidad?

CUADRO N° 4-11

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Si	05	67%	66,67	66,67
No	02	25%	25,00	91,67
Desconoce	01	8%	8,33	100
Total	08	100%	100	

(Fuente Propia)

GRAFICO N° 4-11



(Fuente Propia)

INTERPRETACIÓN

En el gráfico, podemos observar que del total de personas encuestadas, el 67% refiere que la información de los Costos Basados en Actividades ABC mejorará el grado de distribución adecuada en las actividades de la empresa, mientras que el 25% refiere a la información los Costos Basados en Actividades ABC no mejorará el grado de distribución adecuada en las actividades de la empresa, y el 8% desconoce el tema.

Respecto a la Rentabilidad.

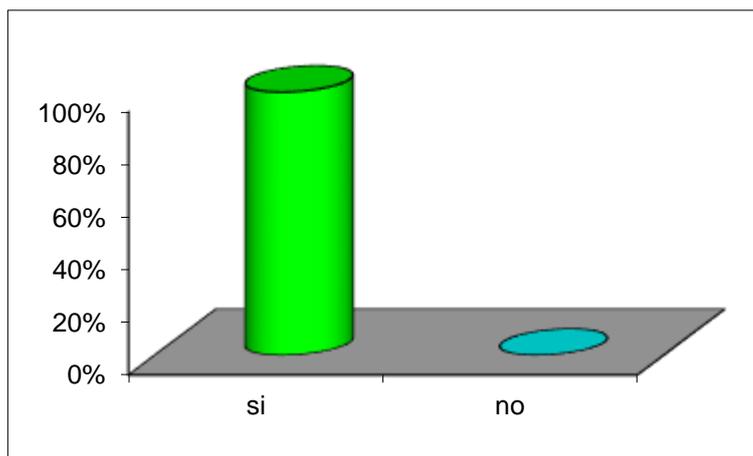
¿Cree usted que el grado de distribución adecuada en las actividades de su empresa se optimizara, del 2014 hacia adelante, con la aplicación del Costeo Basado por Actividades ABC como herramienta de gestión?

CUADRO N° 4.9

	frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
si	08	100	100.00	100.00
No	0	0	0.00	100
Total	08	100	100	

(Fuente Propia)

GRAFICO N° 4.9



(Fuente Propia)

INTERPRETACIÓN

En el gráfico, podemos observar que del total de personas encuestadas, el 100% si creen que la rentabilidad empresarial se optimizara con la aplicación del Costeo Basado por Actividades ABC como herramienta de gestión del 2014 hacia adelante mientras que el 0% refleja que la rentabilidad empresarial no se optimizara con aplicación del Costeo Basado por Actividades ABC como herramienta de gestión.

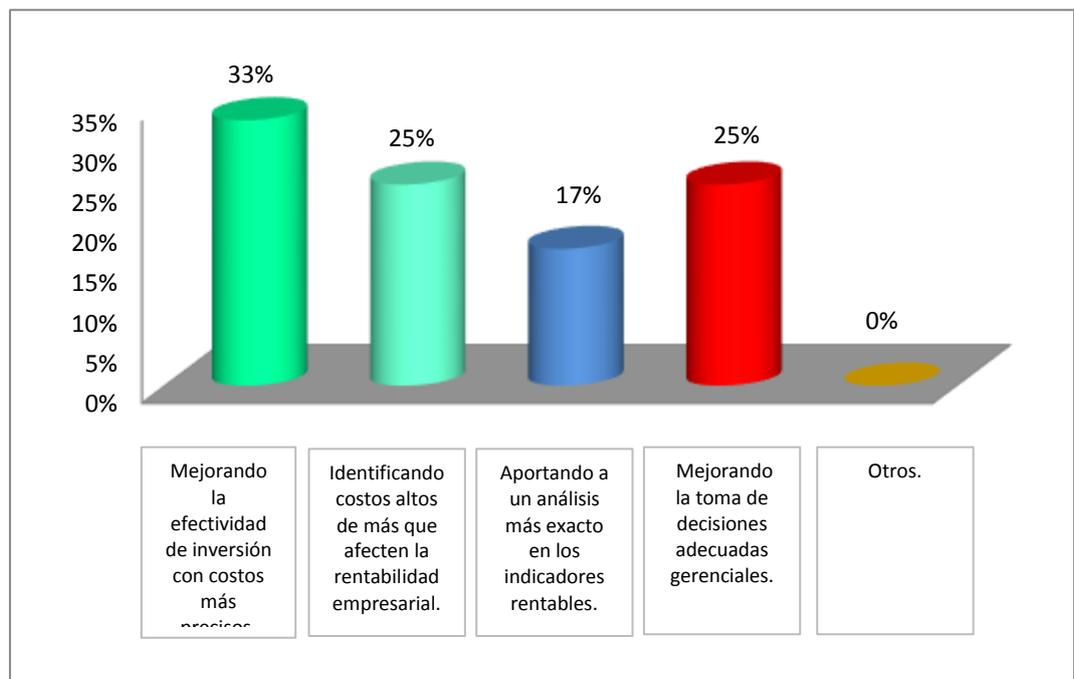
¿De qué manera cree usted que el grado de distribución adecuada en las actividades de su empresa mejorará con la aplicación del Costeo Basado por Actividades ABC como herramienta de gestión?

CUADRO N° 4.10

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Mejorando la efectividad de inversión con costos más precisos.	3	33	33.33	33.33
Identificando costos altos de más que afecten la rentabilidad empresarial.	2	25	25.00	58.33
Aportando a un análisis más exacto en los indicadores rentables.	1	17	16.67	75.00
Mejorando la toma de decisiones adecuadas gerenciales.	2	25	25.00	100.00
Otros.	0	0	0.00	100.00
Total	08	100	100.00	

(Fuente Propia)

GRAFICO N° 4.10



(Fuente Propia)

INTERPRETACIÓN

En el gráfico, podemos observar que del total de personas encuestadas, el 33% creen que la rentabilidad de la empresa hotelera mejorará con la aplicación del Costeo Basado por Actividades ABC como herramienta de gestión permitirá el Mejoramiento en la efectividad de inversión con costos más precisos, mientras que el 25% piensa que se podrá Identificar los costos altos que afecten la rentabilidad empresarial, asimismo el 17% piensa que se Aportará a un análisis más exacto de los indicadores rentables; también el 25% cree que mejorará la toma de decisiones gerenciales y 0% otros.

Para un mayor fortalecimiento al cumplimiento de los objetivos planteados y logrados se realizó una modelación con datos reales de la empresa hotelera (ver anexo n° 3) con la aplicación de los costos basados por actividades ABC y su influencia en la rentabilidad como herramienta de gestión, logrando de esta manera ver los beneficios generados en la práctica en la empresa hotelera Alturas y sin perjudicar nuestra muestra objeto de la investigación presente de forma global.

4.3. PRUEBA DE HIPOTESIS.

Con la finalidad de contrastar los resultados de la prueba de campo se procedió a aplicar una prueba de hipótesis, a fin de determinar la aceptación o rechazo de nuestras hipótesis de investigación. En este sentido, la prueba chi cuadrada, es la adecuada porque nos va a demostrar la relación de variables que maneja la investigación.

Estrategias o procedimientos de contratación de la hipótesis

Para contrastar la hipótesis se usara la prueba del Ji Cuadrado, teniendo en cuenta los siguientes pasos o procedimientos:

- a) Formular la hipótesis nula.
- b) Formular la hipótesis alternante.
- c) Fijar el nivel de significación (α), $5\% \leq \alpha \leq 10$, y está asociada al valor de la Tabla Ji-Cuadrado que determina el punto crítico ($X^2 t$), específicamente el valor de la distribución es $X^2 t(k-1), (r-1) gl$. Y se ubica en la tabla Ji-Cuadrado, este valor divide la distribución en dos zonas, de aceptación y de rechazo tal como indica el gráfico; si $X^2 c es \geq X^2 t$ se rechazará la hipótesis nula.

- d) Calcular la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$X^2 c = \Sigma(o_i - e_i)^2/e_i$$

Dónde:

O_i = Valor observado

O_e = Valor esperado

$X^2 c$ = Valor del estadístico calculado con datos de la muestra que se trabajan y se debe comparar con los valores paramétricos ubicados en la tabla de la Ji cuadrado según el planteamiento de la hipótesis alternante e indicados en el paso 3.

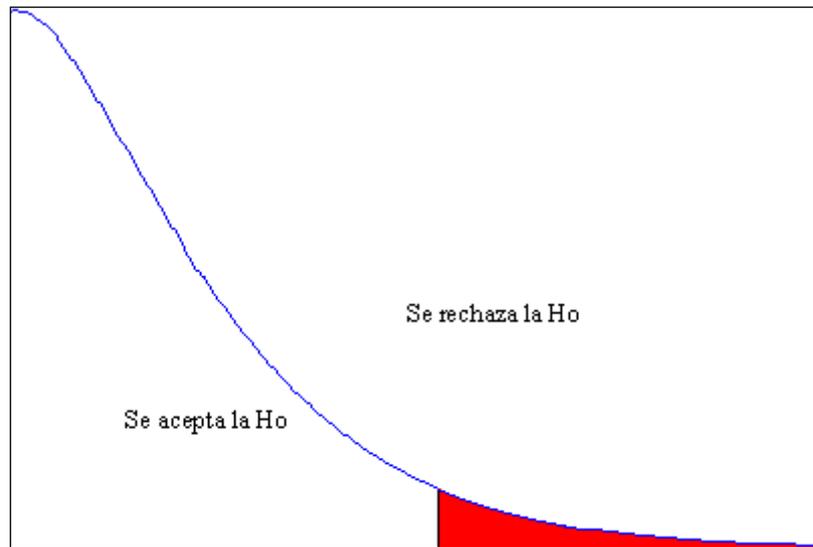
$X^2 t$ = Valor del estadístico obtenido en la tabla Chi cuadrado.

K = filas, r = columnas, gl = grados de libertad.

- e) toma de decisiones:

Se debe comparar los valores de la prueba con los valores de la tabla.

GRAFICO N° 4-12



(Fuente Propia)

CONTRASTACION DE HIPOTESIS

4.3.1. PRIMERA HIPOTESIS

“El nivel de efectividad de Los Costos Basados en Actividades (ABC) genera un margen de aceptación adecuada en cuanto a la maximización de la rentabilidad en el Gran Hotel Alturas”.

1. Ho: Si El nivel de efectividad de Los Costos Basados en Actividades (ABC), NO genera un margen de aceptación adecuada en cuanto a la maximización de la rentabilidad en el Gran Hotel Alturas.
2. H1: Si El nivel de efectividad de Los Costos Basados en Actividades (ABC), SI genera un margen de aceptación adecuada

en cuanto a la maximización de la rentabilidad en el Gran Hotel Alturas.

3. Valor crítico $X^2 t(k-1), (r-1) gl. = 0.002$

4. Calcular la prueba estadística con la formula siguiente:

$$X^2c = \sum(o_i - e_i)^2/e_i = 17.143$$

Donde:

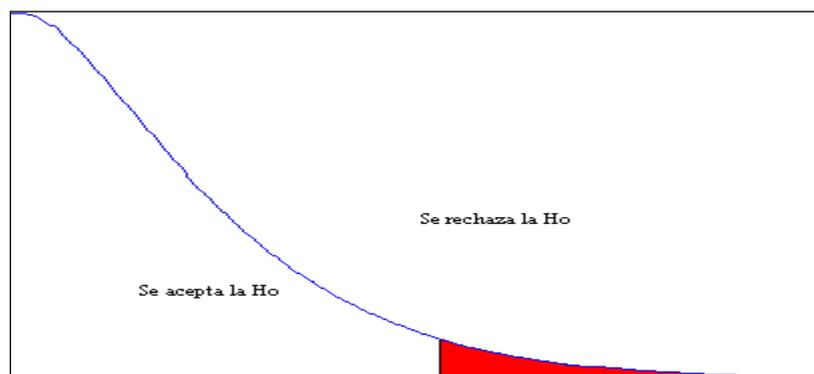
O_i = valor observado

O_e = valor esperado

$X^2 c$ = valor del estadístico calculado con datos provenientes de las encuestas y han sido procesados mediante el software Estadístico SPSS, y se debe comparar con los valores asociados al nivel de significación que se indica en la tabla de contingencia N° 01.

5. Toma de decisiones: H_0 se rechaza

GRAFICO N° 4-13



(Fuente Propia)

$$X^2 = 0.002$$

$$X^2 c = 17.143$$

Interpretación:

Como el valor calculado ($X^2 c = 17.143$) cae en la zona de rechazo, podemos concluir que si el nivel efectividad de Los Costos Basados en Actividades (ABC), SI genera un margen de aceptación adecuada en cuanto a la maximización de la rentabilidad de la rentabilidad en el Gran Hotel Alturas.

PRUEBA CHI CUADRADO: TABLA DE CONTINGENCIA N° 1**Análisis:**

“Que la información de los Costos Basados en Actividades ABC mejoraría la efectividad de los costos para mejorar la rentabilidad de la empresa” VERSUS “El Sistema de Contabilidad de Costos actual es efectivo para maximizar la rentabilidad de la empresa hotelera”.

CUADRO N° 4-12

		¿El Sistema de Contabilidad de Costos actual es efectivo para maximizar la rentabilidad de la empresa hotelera?			Total
		si	no	desconoce	
¿Cree que la información de los Costos Basados en Actividades ABC mejoraría la efectividad de los costos para mejorar la rentabilidad de la empresa?	SI	0	4	0	4
	NO	0	0	3	3
	DESCONOCE	1	0	0	1
Total		1	4	3	08

(Fuente Propia)

PRUEBAS DE CHI-CUADRADO

CUADRO N° 4-13

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,143 ^a	4	0,002
Razón de verosimilitudes	18,532	4	0,001
Asociación lineal por lineal	0,388	1	0,533
N de casos válidos	08		

(Fuente Propia)

a.9 casillas (100,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 0,17.

4.3.2. SEGUNDA HIPOTESIS

“Las variaciones generadas con el grado de distribución adecuada de los Costos Basados en Actividades (ABC) representan un beneficio en cuanto a la optimización y estandarización de los costos a comparación de los costos actuales mejorando la rentabilidad del Gran Hotel Alturas”.

1. Ho: Si Las variaciones generadas con el grado de distribución adecuada de los Costos Basados en Actividades (ABC), NO representan un beneficio en cuanto a la optimización y estandarización de los costos a comparación de los costos actuales mejorando la rentabilidad del Gran Hotel Alturas.
2. H1: Si Las variaciones generadas con el grado de distribución adecuada de los Costos Basados en Actividades (ABC), SI representan un beneficio en cuanto a la optimización y

estandarización de los costos a comparación de los costos actuales mejorando la rentabilidad del Gran Hotel Alturas.

3. Valor critico $X^2 t(k-1), (r-1) gl. = 0.017$
4. Calcular la prueba estadística con la formula siguiente:

$$X^2c = \sum (oi - ei)^2 / ei = 12$$

Dónde:

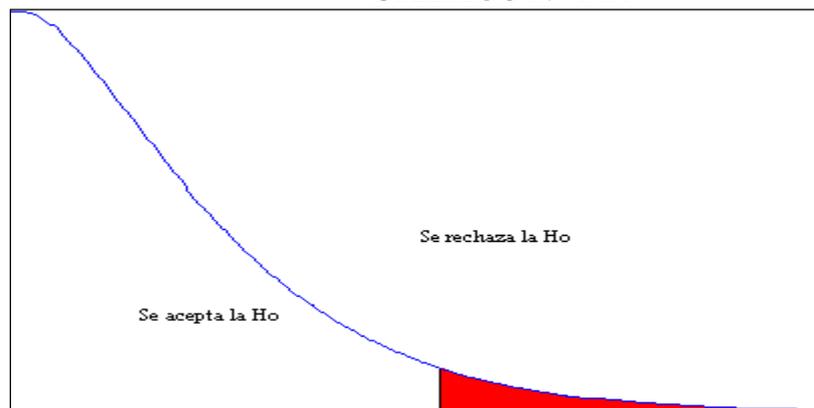
Oi = valor observado

Oe = valor esperado

$X^2 c$ = valor del estadístico calculado con datos provenientes de las encuestas y han sido procesados mediante el software Estadístico SPSS, y se debe comparar con los valores asociados al nivel de significación que se indica en la tabla de contingencia N° 02.

5. Toma de decisiones: Ho se rechaza

GRAFICO N° 4-14



(Fuente Propia)

$$X^2 = 0.017$$

$$X^2 c = 12$$

Interpretación:

Como se puede apreciar, el valor de la prueba del estadístico Chi cuadrado ($X^2 c = 12$) cae en la zona de rechazo, podemos concluir que se rechaza la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternante, es decir, Si Las variaciones generadas con el grado de distribución adecuada de los Costos Basados en Actividades (ABC), SI representan un beneficio en cuanto a la optimización y estandarización de los costos a comparación de los costos actuales mejorando la rentabilidad del Gran Hotel Alturas.

PRUEBA CHI CUADRADO: TABLA DE CONTINGENCIA N° 2

Análisis:

“La información de los Costos Basados en Actividades ABC mejorara el grado de distribución adecuada en las actividades de la empresa”
VERSUS “Para calcular los costos en que incurre la empresa hotelera actualmente tienen en cuenta la adecuada distribución en todas las actividades”.

CUADRO N° 4.14

	¿Para calcular los costos en que incurre la empresa hotelera actualmente tienen en cuenta la adecuada distribución en todas las actividades?			Total
	si	no	desconoce	
¿Cree que la información de los Costos Basados en Actividades ABC mejoraría el grado de distribución adecuada en las actividades de su empresa?	si	no	desconoce	
	0	5	0	5
	0	0	2	2
	1	0	0	1
	desconoce			
Total	1	5	2	18

(Fuente Propia)

PRUEBAS DE CHI-CUADRADO

CUADRO N° 4.15

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,000 ^a	4	0,017
Razón de verosimilitudes	15,276	4	0,004
Asociación lineal por lineal	7,403	1	0,007
N de casos válidos	08		

(Fuente Propia)

a. 9 casillas (100,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 0,08.

CONCLUSIÓN:

Luego del desarrollo de los objetivos específicos en las cuales se han discutido y analizados las variables en el contexto de la realidad, con la finalidad de obtener conclusiones que nos permitan verificar y constatar la hipótesis postulada, se han realizado, interpretado y comparado los resultados dentro de una relación netamente estructural, entre los objetivos, hipótesis y conclusiones, encontrándose una total relación, lo cual nos expresa “Que la hipótesis presentada tiene un alto nivel de consistencia y veracidad”.

4.4. INTERPRETACION Y DISCUSION DE RESULTADOS.

4.4.1. Relacionado al Análisis Documental del Marco Referencial.

A. En función a Robert S. Kaplan y Robin Cooper.

El marco teórico del presente estudio, los costos basados en actividades es un sistema de costeo desarrollado inicialmente por los profesores Robert S. Kaplan y Robin Cooper de la Universidad de Harvard, consiste en el análisis y asignación de los costos indirectos de fabricación para distribuirlos entre los productos fabricados o los servicios prestados.

Comprende a todos los costos de la empresa, incluyendo los costos comerciales y administrativos. Están orientados al costo de las actividades y su capacidad de agregar valor al producto o servicio y, por lo tanto están basados en la actividad y no en los volúmenes de producción.

El sistema de costos basados en actividades soluciona de una manera bastante satisfactoria el problema de la asignación de los costos indirectos de fabricación a los productos o servicios.

Este sistema analiza las actividades productivas de la empresa porque distingue dos verdades simples, pero incuestionables:

En primer lugar, no son los productos sino las actividades que causan los costos de producción. En segundo lugar, son los productos los que consumen las actividades. Así es como se enlazan los costos con los

productos por medio de las actividades, las cuales son causa de los primeros y son consumidos por los segundos.

Con el sistema de costeo basado en actividades se puede obtener costos unitarios de productos con mucha más certeza y, para ello, lo único que se necesita hacer es conseguir la medida de actividad o factor de costos que mejor explique el comportamiento.

B. En función a James Brimson.

Brimson, indica que se deben identificar las actividades más significativas, tanto de la producción como los de apoyo (al estilo de Michael Porter) en una empresa, pero debemos de advertir que no se hace algún esfuerzo de recomendar una fórmula de clasificación base. El objetivo de este análisis es fundamental a fin de establecer una base para la exactitud determinante del costeo y de la performance de cada actividad.

C. En función a los CPCs Eduardo Enrique Montoya Magna y Barbara Consuelo Rossel Albornoz.

La herramienta de costeo ABC permite eliminar ciertas actividades que no añaden valor o que incluso dificultan el proceso, también permite rediseñar los procesos, ayudar a una acertada decisión con respecto a productos y clientes, todo ello ayudara finalmente a identificar oportunidades de mejora de rentabilidad.

En este caso son válidas las mismas consideraciones que para los productos, pudiendo obtener la rentabilidad de cada tipo de cliente. El **ABC** ayuda a comprender la fuente de pérdida, el análisis de las actividades revela la naturaleza del problema con cada cliente y la oportunidad de realizar acciones para solucionarlo. Con el Costeo ABCse puede obtener la rentabilidad por producto individual y de esa forma identificar los productos con los cuales la empresa gana, y aquellos en los que el precio de venta no llega a cubrir los costos de elaboración y comercialización. A diferencia de los sistemas tradicionales el costeo por actividades permite una adecuada asignación de los costos indirectos a los productos y clientes, identificando productos con operaciones más complejas.

4.4.2. Relacionado a las hipótesis.

De acuerdo a la información procesada, de la encuesta, además de la información revisada y recopilada; podemos indicar que nuestra investigación tiene una buena base para poder indicar que existe realmente el problema planteado y que hemos encontrado problemáticas que contribuyen con el análisis de la investigación. Asimismo, al contrastar nuestras hipótesis, todas ellas han sido aceptadas con el apoyo del software estadístico, lo que le ha dado mayor solidez a esta investigación.

En lo que respecta al caso práctico (ver anexo n° 3) el cual detalla una posible implementación del costeo ABC a la empresa hotelera; los resultados obtenidos demuestran el cumplimiento de las hipótesis planteadas las cuales

se refieren a la distribución adecuada de los costos así como la efectividad de ellos al momento de tomar decisiones para maximizar y optimizar la rentabilidad de dichas entidades; generando de esta manera la implementación necesaria del costeo ABC como herramienta de gestión del Gran Hotel Alturas de la ciudad de Huaraz.

CONCLUSIONES

Primero. “Los Costos Basados en Actividades (ABC)” influyen positivamente en la rentabilidad del Gran Hotel Alturas de la ciudad de Huaraz. Lo cual se describe en los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada a los trabajadores administrativos y empleados según la muestra formulada, objeto de investigación, así como en la modelación sobre la implementación del costeo ABC a la empresa hotelera, demostrando de esta manera la aceptación de nuestra hipótesis general planteada.

Segundo. El nivel de efectividad de los “Costos Basados en Actividades (ABC)” genera un margen de aceptación adecuada en cuanto a la variación de la rentabilidad del Gran Hotel Alturas de la ciudad de Huaraz; ya que los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada así como en la modelación nos permiten demostrar que existe un grado de aceptación favorable y una variación rentable respectivamente; permitiendo de esta manera, el mejoramiento y la optimización de tales costos; demostrando así la aceptación de nuestra primera hipótesis específica planteada.

Tercero. Las variaciones generadas con el grado de distribución adecuada de los “Costos Basados en Actividades (ABC)” para cada actividad del Gran Hotel Alturas de la ciudad de Huaraz generan un margen de aceptación del 67% mejorando y optimizando la rentabilidad del Gran Hotel

Alturas de la ciudad de Huaraz; Además de la modelación sobre la implementación de dichos costos a la empresa hotelera, se detalla la distribución minuciosa y adecuada de los costos indirectos. Lo cual facilitara en la toma de decisiones adecuadas respecto a las inversiones que incurran estos en beneficio de la rentabilidad del Gran Hotel Alturas de la ciudad de Huaraz demostrando de esta manera la aceptación de nuestra segunda hipótesis específica planteada.

RECOMENDACIONES

Primero. La gerencia y los dueños del Gran Hotel Alturas de la ciudad de Huaraz, deben adoptar acciones y actividades que implementen los “Costos Basados en Actividades (ABC)” como una herramienta de gestión, para la toma de decisiones gerenciales, con la finalidad de analizar los costos indirectos detalladamente, servicios y procesos así como medir costos de los recursos utilizados, teniendo en cuenta las acciones previas de efectividad en función a la rentabilidad, ósea, determinar la influencia de tales costos para que la empresa hotelera pueda medir su rentabilidad adecuadamente.

Segundo. El Gran Hotel Alturas de la ciudad de Huaraz debe considerar implementar los Costos Basados en Actividades en beneficio de la efectividad, el mejoramiento y la optimización de la rentabilidad; ya que les ayudara a distribuir adecuadamente los costos a las actividades, aportando mayor información sobre las diversas actividades que realizan tal empresa, de tal forma que se pueda conocer cuales actividades añaden valor y cuáles no, mostrando la posibilidad de reducir o eliminar estas últimas, lo que generaría resultados favorables respecto a la rentabilidad empresarial hotelera.

Tercero. Para la correcta implementación de los “Costos Basados en Actividades (ABC)” como herramienta de gestión en el Gran Hotel Alturas de la ciudad de Huaraz, se recomienda evaluar las variaciones que este genera a comparación de los costos tradicionales, principalmente en los costos indirectos, lo cual genera una variación del precio y por ende de la rentabilidad, ya que su implementación reflejaría no necesariamente costos bajos, sino costos exactos y adecuados a las inversiones que la empresa realiza. Además de ello dada su implementación es recomendable analizar otros criterios como los factores externos que afectan al precio y a la rentabilidad, permitiendo de esta manera que las variaciones de los costos hacen que las empresas sean más competitivas en diversos aspectos económicos y financieros así como administrativos con costos más reales y exactos.

BIBLIOGRAFÍA

REFERIDO AL TEMA

- Armenteros Díaz, Martha. *Control de gestión, información para la gestión, reducción de los costos, costeo ABC*. (La Habana), (2) 5 – 10, Octubre 2011.
- Bach. ANTICONA GAVIDIA, Deysi DalilayBach. LOYOLA TAPIA, YeninaNisely“*El Sistema De Costos ABC Y Su Incidencia En La Gestión De Las Empresas Hoteleras De La Ciudad De Huaraz ,2010*” Huaraz, Ancash, 2012 pg. 17
- Delgado Gudiño Wilson Gerardo: “*Diseño De Un Sistema De Costos Con El Método ABC Para El Hotel La Giralda De La Ciudad De Ibarra* “Ibarra, Noviembre, 2010pg., 17.
- FAGA, Héctor A y RAMOS, Mariano E, *Como Conocer Y Manejar Sus Costos Para Tomar Decisiones Rentables*, 2^{da} Edición, Argentina: Ediciones Gráfica SA, 2011.
- HANSEN, Don R. *Administración de costos: Contabilidad y control*. 3 ed. México: Thomson, 2011, .p. 200.
- Kaplan, R.S.; Cooper, R. (2011). *Coste y Efecto. Cómo usar el ABC, el ABM y el ABB para mejorar la gestión, los procesos y la rentabilidad* (2a edición). Barcelona: Gestión.
- MURGA ORTIZ, Juan A. Profesor de la carrera de Contabilidad de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo – Ancash, Perú.

- POLIMENI, Ralph S. FABOZZI Fank J. ADELBERG Arthur H. KOLE, Michael A. *Contabilidad De Costos*. Tercera edición. McGRAW-HILL, .p. 159
- Sánchez Rebull, M.V. (2010). *La propuesta A.B.C. (ActivityBasedCosting) aplicada al sector hotelero*. Tarragona: Universidad Rovira I Virgili.
- Tirado Valencia, P.; 2011. *Gestión de Costes y Mejora Continua. Los sistemas de costes y de gestión basados en las actividades (ABC-BM)*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- TORO LOPEZ, Francisco J. “Costos ABC y Presupuestos“. 1era Edición Bogotá, D.C, Editorial KimpresLtda, Junio de 2010: Pg. N° 47.

BIBLIOGRAFIA VIRTUAL:

- E-mail: colomba@infonegocio.net.pe/colomba@terra.com.pe
www.hoteleshuaraz.com/www.go2huaraz.com (05/09/2013)
- <http://www.igae.pap.meh.es/ayudacanoa/Notas/Contabilidad.htm>
(07/09/2013)
- <http://www.emprendedoreszitek.com/LinkClick.aspx?fileticket=NHCNEQj7s8%3D&tabid=180&mid=815&language=es-ES>. Pag.13-14. (15/10/2013)
- <http://www.eumed.net/libros/2009,2010/prd/> (20/10/2013)
- http://cmap.upb.edu.co/rid=1236386231206_1847103117_2217/Tema1.EstadodeResultados.pdf (10/11/2013)

- Pág. www.costosabc.com. (05/09/2013)
- <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/regla/cap9.htm> (11/12/2013)

REFERIDO A LA METODOLOGÍA

- De la Vega Shiota, Gustavo. Gonzales Arena, María Teresa., et al. 2010. *Nociones sobre investigación científica*. 3ra. Ed. Edit. Oxford Universitypress. México S.A de C.V. México.
- Hernández Sampieri, Roberto. Fernández Collado, Carlos. Baptista Lucio, Pilar. 2011. *Metodología de la Investigación*. 4ta.Ed. Edit. Mc Grau – Hill.
- Huerta, Moisés. 2010. *Manual de Estilo de redacción Científica*. 1ra. Ed. Oficina General de Investigación y Cooperación Técnica de la UNASAM. Huaraz – Ancash.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES E INDICADORES	RECOLECCION DE DATOS			TRATAMIENTO DE DATOS	ANALISIS DE INFORMACION
					TECNICAS	INSTRUMENTO	FUENTE		
¿Cómo influyen los "Costos Basados en Actividades (ABC)" en la rentabilidad del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz periodo 2014-2015?	Describir la influencia de los "Costos Basados en Actividades (ABC)" en la rentabilidad del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz, periodo 2014-2015.	Los costos Basados en Actividades (ABC)" influyen positivamente en la rentabilidad del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz en el periodo 2014-2015	Vi:x= Sistemas De Costos Basado en actividades ABC	Nivel de Efectividad de los Costos Basados en Actividades ABC	Cuestionario Ficha Resumen Guías de Entrevista				
				Grado de distribución adecuada de los Costos basados en Actividades ABC					
			Vd:Y= Lla rentabilidad	Intensidad de la Inversión del Gran Hotel ALTURAS					
				Índice de Rentabilidad neta sobre las Ventas					
				Índice de Rentabilidad del Patrimonio					
	Índice de Rentabilidad de la Inversión								
Cuál es el nivel de efectividad de los "Costos Basados en Actividades (ABC)" en la rentabilidad del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz periodo 2014-2015?	Describir el nivel de efectividad de los "Costos Basados en Actividades (ABC)" en la rentabilidad del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz periodo 2014-2015	El nivel de efectividad de los "Costos Basados en Actividades (ABC)" genera una maximización en la rentabilidad del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz periodo 2014-2015.	Vi:X1= Nivel de Efectividad de los Costos Basados en Actividades ABC	Grado de aceptación	Encuesta	Cuestionario Ficha Resumen	Gerente	MS EXCEL	SPSS 21
				Incremento de la rentabilidad					
¿Cómo varía el grado de distribución adecuada de los "Costos Basados en Actividades (ABC)" en la rentabilidad del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz periodo 2014-2015?	Identificar las variaciones generadas con el grado de distribución adecuada de los "Costos Basados en Actividades (ABC)" en la rentabilidad del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz periodo 2014-2015.	El grado de distribución adecuada de los "Costos Basados en Actividades (ABC)" incide en la rentabilidad del Gran Hotel ALTURAS de la ciudad de Huaraz periodo 2014-2015.	Vi:X2= Grado de distribución adecuada de los Costos Basados en Actividades ABC	Optimización de los Costos	Análisis Documental	Guías de Entrevista	Costos Históricos	MS EXCEL	SPSS 21
				Estandarización de los Costos					

**CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA
HOTELERA GRAN HOTEL ALTURAS.**

INTRODUCCIÓN:

La presente encuesta es parte de un trabajo de investigación con la finalidad de recoger datos. La información proporcionada será de carácter confidencial y de uso exclusivo para el estudio. De la veracidad de sus respuestas dependerá el éxito de la investigación.

Cabe mencionar que la información brindada está comprendido entre Enero del 2014 a Marzo del 2015; el cual corresponde el tiempo de la presente investigación.

INSTRUCCIONES:

Lea con atención las preguntas que a continuación se le presentan rellene los espacios y marque con un **X** las alternativas seleccionadas según sea el caso.

1. DATOS

1. ¿Cuál es su grado de instrucción?

1. ____ Educación Primaria
2. ____ Educación Secundaria
3. ____ Educación superior no universitaria
4. ____ Educación universitaria

2. ¿Número de empleados que tiene la empresa hotelera?

1. ____ de 1 a 5
2. ____ de 5 a 10
3. ____ de 10 a 15
4. ____ más de 15

I.- COSTOS BASADOS EN ACTIVIDADES ABC.

3. ¿La empresa utilizó algún sistema de contabilidad de costos entre Enero del 2014 a Marzo del 2015?
 1. _____Si.
 2. _____No

4. ¿El Sistema de Contabilidad de Costos que utilizó la empresa entre Enero del 2014 a Marzo del 2015 fue efectivo para maximizar la rentabilidad?
 1. _____ Si
 2. _____ No
 3. _____ Desconoce

5. ¿Para calcular los costos que incurrió la empresa hotelera entre Enero del 2014 a Marzo del 2015 tuvo en cuenta la adecuada distribución en todas las actividades?
 1. _____ Si
 2. _____ No
 3. _____ Desconoce

6. ¿Conoce las características principales de los Costos Basados en Actividades ABC en una empresa Hotelera como en la que usted trabaja?
 1. _____Si.
 2. _____No

7. ¿Cree que debió usar los Costos Basados en Actividades ABC, entre el periodo 2014 y 2015, como herramienta de gestión en las operaciones de su empresa optimizando la rentabilidad?
 1. _____ Si
 2. _____ No
 3. _____ Desconoce

8. ¿Cree que la información de los Costos Basados en Actividades ABC hubiese mejorado, entre el periodo 2014 y 2015, la efectividad de los costos para optimizar la rentabilidad de su empresa?
1. Si
 2. No
 3. Desconoce
9. ¿Cree que la información de los Costos Basados en Actividades ABC hubiese mejorado, entre el periodo 2014 y 2015, el grado de distribución adecuada en las actividades de su empresa optimizando su rentabilidad?
1. Si
 2. No
 3. Desconoce

II.- RENTABILIDAD

10. ¿la empresa hotelera realizó inversiones adecuadas entre Enero del 2014 a Marzo del 2015?
1. Si.
 2. No
11. ¿Cuál de los siguientes ratios de rentabilidad utilizó la empresa para medir la variación rentable entre Enero del 2014 a Marzo del 2015?
1. Índice de rentabilidad neta sobre las ventas.
 2. Índice de rentabilidad del patrimonio
 3. Índice de rentabilidad de la inversión.
 4. Índice de rentabilidad por acción.
 5. Otros
- ¿Cuál? _____
6. No utiliza.

12. ¿Cree usted que la rentabilidad empresarial se optimizara, del 2014 hacia adelante, con la aplicación del Costeo Basado por Actividades ABC como herramienta de gestión?

1. _____Si. 2. _____No

(Si respondió “No” no responde la pregunta n° 15)

13. ¿De qué manera cree usted que la rentabilidad de su empresa hotelera mejorará con la aplicación del Costeo Basado por Actividades ABC como herramienta de gestión?

1. ____ Mejorando la efectividad de inversión con costos más precisos.
2. ____ Identificando costos altos de más que afecten la rentabilidad empresarial.
3. ____ Aportando a un análisis más exacto en los indicadores rentables.
4. ____ Mejorando la toma de decisiones adecuadas gerenciales.
5. ____ Otros.

¿Cuál? _____

(Anexo N° III)

**CASO PRÁCTICO ACERCA DE LA IMPLEMENTACION DEL COSTEO
BASADO EN ACTIVIDADES ABC EN EL GRAN ALTURAS DE LA
CIUDAD DE HUARAZ.**

El presente caso se aplicó a la empresa hotelera “Gran Hotel Alturas” realizado en el periodo 2015 en el mes de marzo utilizando documentación histórica de la empresa mencionada referida a los costos y su distribución que actualmente utiliza para la toma de decisiones en búsqueda de la maximización rentable.

Cabe mencionar que los datos obtenidos de los meses posteriores para lo cual está comprendido el periodo de la presente investigación están bajo el mismo procedimiento de costeo por lo cual se consideró *un mes* (marzo) al azar dentro del periodo de investigación 2014-2015 para un análisis más real y no un mes que la empresa proponga donde trate de ocultar algunos costos probablemente.

El presente caso es desarrollado con la finalidad de fortalecer el planteamiento de las hipótesis planteadas y el cumplimiento de los objetivos propuestos, ya que solo se considera su valor práctico como implementación e influencia del costo ABC en la toma de decisiones para mejorar la rentabilidad empresarial hotelera.

I. ASPECTOS GENERALES:

- Nombre: Empresa “Gran Hotel Alturas”
- Forma Societaria: Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (SCRL)
- Sector Económico: Hoteles, hostales, turismo y otros.
- Dirección principal: Jirón Raimondi N°316
- Ubicación: Anchas/Huaraz

II. MISION.

Somos una empresa hotelera orientada a la prestación de la más cálida atención personalizada para que nuestros clientes se sientan lo más satisfechos y su viaje sea el más placentero e inolvidable.

III. VISION.

Ser la empresa de servicios hoteleros mejor posicionada en la región ofreciendo a nuestros clientes el mejor servicio y el más comfortable.

IV. ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES.

a. Gerencia.

La Finalidad de esta Área es proporcionar la información confiable que permita a los propietarios tomar las mejores decisiones con respecto a las inversiones y políticas económicas que tengan que ver con la reinversión de las utilidades.

b. Recepción.

Son los encargados de la atención al cliente gestionando la recepción y salida de los mismos y resolviendo las dudas que pudieran presentarse durante la estancia en el hotel. Además, tienen como función la gestión de reservas y cancelaciones del servicio, es decir constituye el principal contacto con el cliente del hotel. Dentro sus funciones también está la de organizar y controlar el horario del personal a su cargo.

c. Mantenimiento.

Incluye tanto las reparaciones de las instalaciones comunes como de las habitaciones por lo que en ocasiones requiere un servicio permanente. También suele incluir el mantenimiento de áreas verdes interiores y otras instalaciones.

d. Cocina.

Tiene como función fundamental la provisión del servicio de alimentación a los clientes que se hospedan en las instalaciones del hotel.

V. LINEAS DE SERVICIO.

El Gran Hotel Alturas, ofrece diversos servicios para todas las habitaciones como por ejemplo:

- Restaurante-Bar
- Servicio de lavandería
- Internet Wi Fi en todo el hotel
- Información turística
- Servicio a la habitación
- Televisores LCD

Para este trabajo, hemos decidido comparar dos de los tipos de habitaciones que ofrecen: habitaciones simples y habitaciones dobles.

VI. DATOS DE COSTEO DE MATERIALES, MANO DE OBRA Y COSTOS INDIRECTOS.

a. Costeo de Insumos para Restaurante.

Tenemos la siguiente información para costear las dos habitaciones:

Tipo de Habitación	Días por número de habitaciones	Personas	Costo MP	Costo Unitario
Habitación simple	375.00	375.00	635.00	1.69
Habitación doble	300.00	600.00	1015.00	3.38
Total	675.00	975.00	1650.00	

Habitación simple: 25 días x 15 habitaciones = 375.00

Habitación doble: 25 días x 12 habitaciones = 300.00

(*) En total el hotel cuenta con 15 habitaciones simples y 12 habitaciones dobles.

(*) Según datos históricos promedio, las habitaciones están utilizadas 25 días al mes

Para hallar el costo de los insumos utilizados en el restaurante, hemos tomado los datos que la administración proporciona con el asiento de compras referente al mes seleccionado al azar, que en este caso tiene un consumo de S/.1,650, el cual será distribuido en forma proporcional:

Habitación Simple:

$$\frac{1650.00 \times 375.00}{975.00} = 635.00$$

Habitación Doble:

$$\frac{1650.00 \times 600.00}{975.00} = 1,015.00$$

Tenemos que prorratear el monto para ambos tipos de habitaciones, teniendo en cuenta que en una habitación simple se aloja UNA personas y en una doble por lo menos DOS. El cálculo que hemos hecho para las unidades es hallar el costo multiplicando el número de habitaciones simples que son 15 por 25 días y para las dobles multiplicar las 12 habitaciones por 25 días, suponiendo que los alimentos son de 30 días al mes y que las habitaciones estarán ocupadas durante dicho período.

b. Costeo de Mano de Obra.

El hotel, a efectos del caso, tiene 10 trabajadores: un administrador, dos recepcionistas, dos en el área de restaurante, dos en el área de lavandería, un personal de limpieza , uno de mantenimiento y un trabajador administrativo.

Mano de Obra.

Los trabajadores que realizan las labores dentro del hotel tienen una relación directa con los clientes y de su desempeño depende la satisfacción de este. Las normas de la empresa seleccionada precisan que todos los trabajadores de este rubro trabajan únicamente ocho horas, solo se darán horarios extra en caso de las festividades de Semana Santa, fiestas Patrias y Año Nuevo. Lo que haremos será hallar las horas trabajadas, para poder prorratearlas en las habitaciones que hemos seleccionado.

Servicios	Personas	Horas	Costo MO	Costo Unitario
Habitación simple	375.00	729.00	4,519.00	12.05
Habitación doble	600.00	1,167.00	7,231.00	12.05
Total	975.00	1,896.00	11,750.00	

Las horas trabajadas del personal se calculó de la siguiente manera:

Trabajadores
09 trabajadores x 8 horas = 72 horas
72 Horas x 6 días = 432 horas
432 horas x 4 semanas = 1,728 horas
Gerencia
1 gerente x 7 horas = 7 horas
7 Horas x 6 días = 42 horas
42 horas x 4 semanas = 168 horas
Total Horas
1,728 horas + 168 horas = 1896 horas

Este monto tiene que ser prorrateado para las dos habitaciones seleccionadas por medio de una regla de tres simple.

Habitación Simple:

➤ Horas:

$$\frac{1,896.00 \times 375.00}{975.00} = 729.00$$

➤ Costo Mano de Obra:

$$\frac{11,750.00 \times 375.00}{975.00} = 4,519.00$$

Habitación Doble:

➤ Horas:

$$\frac{1,896.00 \times 600.00}{975.00} = 1,167.00$$

➤ Costo Mano de Obra:

$$\frac{11,750.00 \times 600.00}{975.00} = 7,231.00$$

El monto de S/.11,750 es el monto que se le está pagando a los trabajadores incluida su aportación a ESSALUD del 9%, lo podemos ver en el siguiente cuadro:

Orden	Remuneración S/.	Cargo
1	3,000.00	Gerente General
2	1,000.00	Recepcionista
3	1,000.00	Recepcionista
4	1200.00	Cocinero
5	850.00	Ayudante de cocina
6	850.00	Lavandería
7	850.00	Lavandería
8	900.00	Limpieza
9	900.04	Mantenimiento
10	1,200.00	Asistente administrativo
Total	11,750.00	

c. Detalle de los Costos Indirectos.

El detalle de los costos mensuales incurridos son los siguientes:

Concepto	Monto S/.
Compras de insumos para las habitaciones	400.00
Gastos diversos	120.00
Electricidad	430.00
Agua	170.00
Teléfono	550.00
Repuestos	90.00
Contador	400
Seguridad	120
Seguro	200
Total	s/.2,480.00

Costeo de los costos indirectos:

Servicios	Días por numero de habitaciones	Personas	Costo CIF	Costo Unitario
Habitación simple	375.00	375.00	954.00	2.54
Habitación doble	300.00	600.00	1,526.00	5.09
Total	675.00	975.00	2,780.00	

COSTO UNITARIO ENFOQUE TRADICIONAL

Costo Unitario.

	Habitación Simple	Habitación Doble
Materiales Directos	1.69	3.38
Mano de Obra Directa	12.05	12.05
Costos Indirectos	2.54	5.09
Total	16.28	20.52

VII. UTILIDAD Y PRECIO DE VENTA: ENFOQUE TRADICIONAL.

Precio habitación Simple: s/.50.00

Precio habitación Doble: s/.70.00

CONCEPTO	Costos Unitarios	IGV 18%	Utilidad 18.4%	Precio de Venta
Habitación Simple	16.28	2.9	30.82	50.00
CONCEPTO	Costos Unitarios	IGV 18%	Utilidad 22.3%	Precio de Venta
Habitación Doble	20.52	3.7	45.78	70.00

VIII. CALCULO DEL COSTO UNITARIO: ENFOQUE CON EL COSTO BASADO EN ACTIVIDADES ABC

Análisis de las Actividades:

Se consideró las actividades del hotel que son el hospedaje (que incluye un desayuno buffet), la alimentación y los servicios especiales como la lavandería; ya que los datos obtenidos representaron una mayor accesibilidad para su obtención y estudio a diferencia de otros datos para sus demás actividades; además estas son las actividades que generan un valor agregado al servicio que ofrecen.

➤ Costos de Servicios en función a las Actividades: Hospedaje, lavandería y comida.

Concepto	Hospedaje S/.	Restaurante S/.	Lavandería S/.	Total S/.
Compras de insumos para las habitaciones	400.00	0.00	0.00	400.00
Gastos diversos	120.00	0.00	0.00	120.00
Electricidad	301.00(70%)	86.00(20%)	43.00(10%)	430.00
Agua	119.00(70%)	34.00(20%)	17.00(10%)	170.00
Teléfono	550.00	0.00	0.00	550.00
Repuestos	45.00	45.00	0.00	90.00
Contador	400.00	0.00	0.00	400.00
Seguridad	120.00	0.00	0.00	120.00
Seguros	250.00	0.00	0.00	250.00
Insumos	0.00	1650.00	0.00	1650.00
Personal	5,200.00	3450.00	3100.00	11,750.00
Total	7,505.00	5,265.00	3,160.00	15,930.00

➤ **Análisis de cada costo de servicio.**

➤ **Insumos para la habitación: S/. 400.00**

Consideramos todo para la actividad de hospedaje ya que solo se están comprando insumos para la habitación como los jabones, desinfectantes, papel higiénico.

➤ **Diversos: S/. 120.00.**

Consideramos todo para la actividad de hospedaje ya que solo se están comprando decoraciones para el hotel como lámparas o cosas de ese tipo.

➤ **Teléfono: S/. 550.00**

Consideramos 100% para la actividad de hospedaje ya que el consumo del teléfono, en su mayoría, es por recepción y en una parte no especificada por los huéspedes.

➤ **Personal: S/. 19,656.00**

Este costo se distribuye de acuerdo a lo indicado en el cuadro siguiente:

	Sueldos		Total
	Gerentes	Trabajadores	
Hospedaje	1,400.00	3,800.00	5,200.00
Comida	1,400.00	2,050.00	3,450.00
Lavandería	1,400.00	1,700.00	3,100.00
Total	4,200.00	7,550.00	11,750.00

(*) Correspondiente al sueldo del gerente y del personal administrativo

➤ **Repuestos: S/. 90.00**

En el caso de los repuestos, hemos utilizados los montos que nos proporcionó la gerencia para la actividad de hospedaje y la de comida, cada una en un 50%.

➤ **Suministros: S/. 1,650.00**

Los suministros se asignan el 100% a la actividad de comida, porque lo que se compra son carnes, verduras, frutas, etc.

➤ **Seguridad: S/. 120.00**

La cual corresponde al servicio que se brinda en forma particular a todos los moradores de la cuadra aledaña al hotel, no es solo a la empresa

➤ **Seguro: S/. 200.00**

Correspondiente a un seguro particular adquirido a una empresa en caso de incendios

➤ **Cost Driver (indicadores a utilizarse).**

Del análisis de las áreas realizadas, se llega a identificar tres actividades significativas, cuyos inductores de costo son los siguientes:

Actividades	Base	Habitación simple	Habitación doble	Total
Hospedaje	N° de habitaciones	375	300	675
Restaurant	N° de huéspedes	375	600	975
Lavandería	N° de lavados	790 (975+15)	600	1,390

IX. CALCULO DEL COSTO UNITARIO: ENFOQUE CON EL COSTO BASADO EN ACTIVIDADES ABC.

Costo Unitario.

	Habitación Simple	Habitación Doble
Costos Indirectos:		11.12
• Hospedaje	11.12	10.8
• Restaurante	5.4	
• Lavandería	0.81	0.81
Total ABC	17.33	22.73

Distribución de los Costos Enfoque ABC.

Actividad: Hospedaje.

Valor : S/. 7,505.00

Cost Driver : N° de camas utilizadas por día

Total: 675.00

Tasa : $\frac{7,505.00}{675.00} = S/. 11.12$

Servicio	Valor Base	Tasa	Costo por Distribuir	%	C.U
Habitación Simple	375.00	11.12	4170.00	55.56	11.12
Habitación Doble	300.00	11.12	3335.00	44.44	11.12
Total	675.00		7,505.00	100.00	

Actividad: Restaurant.

Valor : S/. 5265.00

Cost Driver : N° de huéspedes

Total : 975.00

Tasa : $\frac{5265}{975} = S/. 5.4$

Servicio	Valor Base	Tasa	Costo por Distribuir	%	C.U
Habitación Simple	375.00	5.4	2025.00	38.46	5.4
Habitación Doble	600.00	5.4	3240.00	61.54	10.8
Total	975.00		5,265.00	100.00	

Actividad: Lavandería.

Valor : S/. 3,160.00

Cost Driver : N° de lavados

Total: 975 *2 prendas por huésped=1950

Tasa : $\frac{3,160.00}{1950} = S/. 1.62$

Servicio	Valor Base	Tasa	Costo por Distribuir	%	C.U
Habitación Simple	$375.00*2=750$	0.81	607.5	38.88	0.81
Habitación Doble	$600.00*2=1200$	0.81	972	61.12	0.81
Total	1950.00		3,160.00	100.00	

X. COMPARACION Y ANALISIS DEL COSTEO TRADICIONAL Y EL COSTEO ABC.

A. Comparación de resultados.

En el siguiente cuadro se aprecia a modo de resumen los resultados obtenidos:

	Habitación Simple	Habitación Doble
Total ABC	17.33	22.73
Total Tradicional	16.28	20.52

B. Análisis.

Como se puede apreciar los costos con el enfoque tradicional son menores ya que solo se consideró como base de cálculo las horas de la mano de obra para las tres actividades: hospedaje, comida y lavandería; mientras que con los Costos ABC se consideró un costo base o cost driver para cálculo de sus costos incurridos diferente en relación con cada actividad distribuyendo de manera adecuada dichos costos para cada actividad, lo cual genera la obtención real de los costos para cada actividad y por ende la obtención real del total de los costos. En el caso presentado se muestra que con el enfoque ABC los costos aumentan, esto probablemente porque la empresa solo considero ciertos indicadores como base para el cálculo de los costos en función a un prorrateo global omitiendo bases como las que se establece con el cost driver, el cual abarca de manera detallada todos los costos para su prorrateo para cada actividad.

XI. COMPARACION Y ANALISIS SOBRE LA VARIACION RENTABLE.

A. Comparación de resultados.

En el siguiente cuadro se aprecia a modo de resumen los resultados obtenidos:

CONCEPTO	Costos Unitarios	IGV 18%	Utilidad 18%	Precio de Venta
Enfoque Tradicional				
Habitación Simple	16.28	2.9	30.82	50.00
Enfoque Con el Costeo ABC				
Habitación Simple	17.33	3.11	39.56	60.00
CONCEPTO	Costos Unitarios	IGV 18%	Utilidad 22.3%	Precio de Venta
Enfoque Tradicional				
Habitación Doble	20.52	3.7	45.78	70.00
Enfoque Con el Costeo ABC				
Habitación Doble	22.73	4.09	53.18	80.00

Concepto	Utilidad Tradicional	Utilidad con el Costeo ABC	Variación
Habitación Simple	30.82	39.56	8.74
Habitación Doble	45.78	53.18	7.4

B. Análisis.

Como se puede apreciar con el método ABC permite reflejar los costos más analíticos considerando las actividades en su totalidad y más detalladas. Con el costeo tradicional la utilidad arroja resultados para la habitación simple así como para la habitación doble de 30.82 y 45.78 respectivamente; mientras que con el costeo ABC refleja el valor de las utilidades de 39.56 para Habitación Simple y 53.18 para la habitación doble, esto se debe a que con la aplicación del Costeo ABC, los costos unitarios se incrementaron generando un incremento en la utilidad y en consecuencia en el precio de venta. Este análisis permitirá, aparte de mostrar los costos más exactos, tomar decisiones adecuadas ya que aparentemente la rentabilidad se incrementa de la empresa porque percibe más ingresos aparentemente; pero la gerencia tendrá que analizar diversos factores como: el precio de mercado, costos altos demás, estrategias para mantener o mejorar el posicionamiento en el mercado, entre otros aspectos ya que el precio de venta también se incrementa.

De esta manera se analizará con mayor detalle cómo trabaja cada actividad y como estas pueden repercutir en la maximización de la rentabilidad, en este caso del Gran Hotel Alturas, con la toma de decisiones adecuadas como establecer nuevos precios en función a los costos establecidos mejorando los ingresos obtenidos, o hacer correcciones si sus costos son altos que permitan mejorar la rentabilidad, o mejorar u optimizar cada actividad reduciendo costos, cada decisión dependerá del gerente así como de los propietarios en buena pro de la empresa y con ayuda del Costeo basado por Actividades como herramienta de gestión.