

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LOS ANDES

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, CONTABLES Y

SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



Tesis:

**Costos operativos y fijación de precios de servicios de lavandería en la asociación de
servicios múltiples Accopugio- ASERMAC –Challhuahuacho - Apurímac, 2024**

Asesor(a):

Mg. Morocco Farfan, Carlota

Autores:

Puma Huillca, Luis Ivan

Romero Quispe, Bertha Matilde

Para optar el Título Profesional de:

Contador(a) Público

Cusco- Cusco- Perú

2026



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, CONTABLES Y SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TÍTULO PROFESIONAL

ACTA N°: 039

En la ciudad de Cusco, a los 10 días del mes de junio del 2026, siendo las 10:35 am horas, se reunieron los integrantes del Jurado designado por Resolución Sub Directoral N° 294-2026-UTEA-FC-FCJCS-EPC de la Escuela Profesional de Contabilidad, Facultad de Ciencias Jurídicas, Contables y Sociales:

Presidente:	Mag. Cutipa Añamuro, Salomon
Dictaminante:	Mag. Palma Mora, Ricardo
Replicante:	Mag. Molina Frisancho, Gabriela

Para evaluar la sustentación, en la modalidad de:

☒ Tesis ☐ Trabajo de suficiencia profesional

Titulada:

Costos operativos y fijación de precios de servicios de lavandería en la asociación de servicios múltiples
Accopugio- ASERMAC –Challhuahuacho - Apurímac, 2024

Desarrollado por el (los) Bachiller (es)

Br.: Romero Quispe, Bertha Matilde
(Apellidos y Nombres)

Br.: Puma Huillca, Luis Ivan
(Apellidos y Nombres)

Para optar el Título Profesional de:

Contador(a) Público

(Denominación del Título)

Concluido el acto, el Jurado dictaminó que el (la) (los) mencionado(a) (s) bachiller (es) fue (ron) APROBADO(S) ☒ o DESAPROBADO(S) ☐.

Emitiéndose el calificativo final de:

Bachiller (Apellidos y Nombres)	Nota	Detalle (**)
Br. Romero Quispe, Bertha Matilde	14	Aprobado
Br. Puma Huillca, Luis Ivan	14	Aprobado

Siendo las 10:48 am horas concluyo la sesión, firmando los integrantes del Jurado.

Presidente: Mag. Cutipa Añamuro, Salomon
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres)

(Firma)

Dictaminante: Mag. Palma Mora, Ricardo
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres)

(Firma)

Replicante: Mag. Molina Frisancho, Gabriela
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres)

(Firma)

Nota: Desaprobado: 0 - 10; Aprobado: 11 - 20

(**): 0 a 10: Desaprobado, 11 a 15: Aprobado, 16 a 18: Aprobado Notable, 19 y 20: Aprobado con Distinción, Art. 18 RGGAT.

6% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 5%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 5%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Metadatos

Datos del Autor		
Apellidos y Nombres	:	Puma Huillca, Luis Ivan
Tipo de Documento de Identidad	:	DNI
Número de Documento de Identidad	:	74135562
Apellidos y Nombres	:	Romero Quispe, Bertha Matilde
Tipo de Documento de Identidad	:	DNI
Número de Documento de Identidad	:	71512080
Datos del Asesor		
Apellidos y Nombres	:	Mg. Morocco Farfan, Carlota
Tipo de Documento de Identidad	:	DNI
Número de Documento de Identidad	:	23932481
URL ORCID	:	https://orcid.org/0000-0002-6609-9264
Datos de la investigación		
Facultad	:	Ciencias Jurídicas, Contables y Sociales
Escuela Profesional	:	Contabilidad
Línea de Investigación	:	Contabilidad Pública, Privada y Negocios
Rango de años en que se realizó la investigación	:	Agosto 2025 – Junio 2026
Fuentes de financiamiento	:	Autofinanciamiento
Porcentaje de similitud	:	6%
URL de OCDE	:	https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.09.02

Dedicatoria

Esta tesis dedico a mi hijo Yoshimar Jafet, una pequeña personita quien fue la motivación para seguir adelante y llegar a ser un profesional, quien me enseñó a que la vida es muy hermosa y que con obstáculos y dificultades la vida continua.

También dedico a mis padres, su sueño de ellos siempre fue ver a sus hijos crecer y que pronto fuéramos profesionales, y poco a poco vamos cumpliendo nuestras metas.

Luis Ivan Puma Huillca

Esta tesis dedico a mi papá Carlos y mamá Fortunata por su apoyo incondicional, gracias por haberme ayudado a cuidar a mi pequeña hija mientras yo estudiaba, sin su ayuda no hubiera sido posible este triunfo.

También dedico este trabajo a mi hija Brisney la cual fue mi motor y motivo para superarme en la vida, gracias a ella tomé fuerzas para estudiar y para darle una mejor comodidad empecé con este primer objetivo, y también dedico a mi pequeño hijo Yoshimar quien fue mi fortaleza para poder concluir y lograr ser Contador Público.

Bertha Matilde Romero Quispe

Agradecimiento

Agradecer al todo poderoso por la vida, sabiduría y bastante fuerza y haberme acompañado y dirigido a lo largo del estudio.

También a familiares por su soporte emocional, especialmente a mis padres por haberme inculcado los valores desde pequeño y por haberme dado mucha confianza y fuerza que me ayudaron a llegar donde estoy.

Luis Ivan Puma Huillca

Agradezco de todo corazón a nuestro señor creador por haberme dado la vida, salud, sabiduría y sobre todo mucha fuerza en mi vida universitaria.

Agradecer infinitamente a mi Padre, Madre y mis hermanos por su apoyo y confianza, gracias por su amor incondicional.

Bertha Matilde Romero Quispe

Resumen

Según la tesis titulada: “*Costos operativos y fijación de precios de servicios de lavandería en la asociación de servicios múltiples Accopugio- ASERMAC –Challhuahuacho - Apurímac, 2024*” esta tesis tiene el objetivo de determinar la relación entre costos operativos y fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio (ASERMAC), ubicada en Challhuahuacho, Apurímac, durante el año 2024. La investigación adopta una perspectiva cuantitativa con alcance descriptivo-correlacional además de un diseño no experimental transversal asimismo examina los costos operativos fijos variables e indirectos así como su incidencia en la determinación de las tarifas correspondientes a los servicios por otra parte los datos alcanzados evidencian que dentro del examen descriptivo ambas categorías se ubican en rangos regulares lo cual revela una estabilidad operativa relativa sin embargo el estudio inferencial señala una asociación reducida además de estadísticamente no significativa entre los costos operativos así como la fijación de precios ($p = 0.075$; $p > 0.05$) por consiguiente se infiere que las tarifas no se modifican de manera proporcional frente a las fluctuaciones de los costos además la revisión documental demuestra que el costo operativo de la modalidad automática corresponde a S/ 13.82 mientras que el servicio manual alcanza S/ 35.11 lo cual evidencia estructuras económicas diferenciadas finalmente los resultados permiten sostener que resulta indispensable aplicar un sistema de costos más pertinente que contribuya a optimizar el ajuste de precios así como a incrementar la utilidad de ASERMAC.

Palabras claves: Costos fijos, costos operativos, costos variables, estrategia de precios, fijación de precios

Abstract

This research aims to determine the relationship between operational costs and the pricing of laundry services at the Asociación de servicios múltiples Accopugio (ASERMAC), located in Challhuahuacho, Apurímac, during 2024. The study uses a quantitative approach, with a non-experimental correlational design and a cross-sectional focus. Fixed, variable, and indirect operational costs were analyzed, and their impact on the pricing of services was assessed. The descriptive analysis indicates that both variables remain at regular levels, reflecting operational stability. However, the inferential analysis reveals a weak and non-significant relationship between operational costs and pricing ($\rho = 0.075$; $p > 0.05$), suggesting that prices do not adjust proportionally to cost variations. Additionally, the documentary analysis shows that the operational cost of the automatic mode is S/ 13.82, while the manual service costs S/ 35.11, highlighting different economic structures. In conclusion, the findings suggest the need to implement a more appropriate cost system that allows better price adjustments and improves ASERMAC's profitability.

Keywords: Fixed costs, operational costs, variable costs, pricing strategy, price setting

Índice

Portada	i
Acta de sustentación	ii
Reporte de similitud	iii
Metadatos	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
Índice	ix
Índice de tablas	xi
Índice de figuras	xiii
Índice de anexos	xiv
I. Introducción	15
II. Planteamiento del problema.....	17
2.1. Descripción y formulación del problema.....	17
2.2. Objetivos.....	20
2.2.1. <i>Objetivo general</i>	20
2.2.2. <i>Objetivos específicos</i>	20
2.3. Justificación e importancia	20
2.4. Hipótesis	22
2.5. Variables	23

III. Marco Teórico	26
3.1. Antecedentes	26
3.2. Bases teóricas.....	34
3.3. Definición de términos	63
IV. Metodología	70
4.1. Tipo y nivel de investigación	70
4.2. Ámbito temporal y espacial	72
4.3. Población y muestra	73
4.4. Instrumentos y técnicas	76
4.5. Procedimiento	79
4.6. Análisis de datos	79
4.7. Consideraciones éticas	80
V. Resultados y discusión	82
VI. Conclusiones	109
VIII. Referencias	113
IX. Anexos	127

Índice de tablas

Tabla 1 Matriz de operacionalización de variables 1 costos operativos.....	24
Tabla 2 Matriz de operacionalización de variables 2 fijación de precios.....	25
Tabla 3 Población de la Asociación Multiservicios Accopugio	74
Tabla 4 Estadística de fiabilidad.....	78
Tabla 5 Resultados descriptivos de la variable 1 costos operativos	83
Tabla 6 Resultados descriptivos de la dimensión 1 costos fijos.....	84
Tabla 7 Resultados descriptivos de la dimensión 2 costos variables	85
Tabla 8 Resultados descriptivos de la dimensión 3 costos indirectos	86
Tabla 9 Resultados descriptivos de la variable 2 fijación de precios	87
Tabla 10 Resultados descriptivos de la dimensión 1 estrategia de precios	88
Tabla 11 Resultados descriptivos de la dimensión 2 influencia de los costos en precios ..	90
Tabla 12 Resultados descriptivos de la dimensión 3 precio final del servicio	91
Tabla 13 Pruebas de normalidad.....	93
Tabla 14 Correlación de Rho de Spearman entre los costos operativos y la fijación de precios	95
Tabla 15 Correlación de Rho de Spearman entre los costos fijos y la fijación de precios .	96
Tabla 16 Correlación de Rho de Spearman entre los costos variables y la fijación de precios	98
Tabla 17 Correlación de Rho de Spearman entre los costos indirectos y la fijación de precios	99
Tabla 18 Estructura de costos operativos del servicio de lavandería mecanizado	101
Tabla 19 Estructura de costos operativos del servicio de lavandería manual.....	102

Tabla 20 Estado de resultados comparativo del servicio de lavandería por modalidad de operación en la Asociación de servicios múltiples Accopugio – ASERMAC, Challhuahuacho Apurímac, 2024.....	103
--	-----

Índice de figuras

Figura 1 Resultados descriptivos de la variable 1 costos operativos	83
Figura 2 Resultados descriptivos de la dimensión 1 costos fijos	84
Figura 3 Resultados descriptivos de la dimensión 2 costos variables	85
Figura 4 Resultados descriptivos de la dimensión 3 costos indirectos.....	86
Figura 5 Resultados descriptivos de la variable 2 fijación de precios.....	87
Figura 6 Resultados descriptivos de la dimensión 1 estrategia de precios.....	89
Figura 7 Resultados descriptivos de la dimensión 2 influencia de los costos en precios...	90
Figura 8 Resultados descriptivos de la dimensión 3 precio final del servicio.....	91
Figura 9 Pruebas de normalidad	93

Índice de anexos

Anexo 1 Matriz de Consistencia	128
Anexo 2 Instrumento de recolección de información	130
Anexo 3 Carta de consentimiento y asentimiento informado	132
Anexo 4 Validación de instrumentos	133
Anexo 5 Base de datos del SPSS	136
Anexo 6 Ficha Ruc	137
Anexo 7 Registro de Costos – estado de costo de servicio valorizado mensual - agosto .	138
Anexo 8 Acervo fotográfico.....	139

I. Introducción

La dinámica económica del Perú ha generado múltiples retos para las pequeñas y medianas empresas (Pymes) especialmente para aquellas orientadas al rubro de servicios como las lavanderías puesto que el incremento de los costos operativos originado por la inflación además de las variaciones en los valores de los insumos obligó a numerosas organizaciones a replantear sus mecanismos de fijación de precios con el propósito de conservar su rentabilidad (Hernández, 2024) asimismo en zonas rurales como Challhuahuacho en Apurímac la Asociación de servicios múltiples Accopugio (ASERMAC) afrontó limitaciones complementarias tales como la insuficiente infraestructura además de la escasez de recursos por consiguiente la determinación de precios capaces de cubrir sus costos además de mantener competitividad dentro del mercado local resultó aún más compleja.

En dicho escenario se estableció la siguiente interrogante principal: ¿Qué relación existió entre los costos operativos y la fijación de precios de servicios de lavandería en ASERMAC Challhuahuacho Apurímac 2024? Esta pregunta evidencia la necesidad de comprender de qué manera los costos operativos incidieron en la fijación de precios además de cómo dicha incidencia repercutió en la rentabilidad, así como en la sostenibilidad del servicio dentro de una comunidad rural.

El estudio tuvo como finalidad examinar dicha relación por consiguiente buscó contribuir al fortalecimiento económico de los integrantes de ASERMAC asimismo procuró

perfeccionar la administración de asociaciones rurales por otra parte pretendió aportar al ámbito de la contabilidad de costos especialmente en la gestión financiera de pequeñas empresas dedicadas a servicios dentro de entornos rurales.

Para lograr este propósito se utilizó una orientación metodológica cuantitativa con alcance correlacional asimismo se emplearon instrumentos estadísticos como encuestas además de análisis documental con el fin de examinar la información recopilada en ese sentido la investigación se ubicó dentro del campo de la contabilidad de costos específicamente en la gestión de los costos operativos además de la fijación de precios del servicio de lavandería en ASERMAC.

El documento se organizó en diversos capítulos puesto que el Capítulo I abordó el tema de estudio los objetivos además de la justificación de la investigación mientras que el Capítulo II desarrolló el planteamiento del problema profundizando en el vínculo entre los costos operativos además de la fijación de precios asimismo el Capítulo III presentó el marco teórico mediante conceptos fundamentales además de antecedentes relevantes por otra parte el Capítulo IV explicó la metodología de investigación detallando los procedimientos aplicados para el análisis de datos de igual manera el Capítulo V expuso los resultados además de su discusión mientras que el Capítulo VI sintetizó los hallazgos principales finalmente el Capítulo VII planteó recomendaciones orientadas a mejorar la fijación de precios asimismo el Capítulo VIII incorporó las referencias bibliográficas consultadas durante el estudio además el Capítulo IX reunió los anexos pertinentes para la investigación.

II. Planteamiento del problema

2.1. Descripción y formulación del problema

2.1.1. Descripción del problema

El incremento demográfico originó la exigencia de generar recientes oportunidades laborales por consiguiente promovió la aparición de organizaciones orientadas a la provisión de prestaciones especializadas en este contexto surgieron negocios de lavandería destinados al aseo de uniformes además de indumentarias laborales para distintos ámbitos como hoteles hospitales además de compañías mineras asimismo la determinación tarifaria en estas actividades empresariales se sustentó en el examen de los costos vinculados con los procedimientos operativos mediante la identificación además de la valoración de los costos fijos y variables lo cual permitió definir precios apropiados que expresaran con exactitud los recursos utilizados además de garantizaran la sostenibilidad del servicio.

La problemática que afronta la asociación de servicios múltiples Accopugio durante el año 2024 se configura dentro de un escenario internacional caracterizado por el crecimiento constante de los costos operativos por lo tanto dicho fenómeno incide directamente en las estrategias de fijación de precios aplicadas en distintos sectores incluido el servicio de lavandería a escala mundial la inflación además del encarecimiento de los insumos han forzado a las empresas a replantear sus políticas tarifarias con la finalidad de proteger la rentabilidad (Hernández, 2024) asimismo en Latinoamérica esta situación se manifiesta mediante dificultades económicas que reducen la eficiencia de las entidades para

articular sus costos operativos lo que a su vez afecta sus estrategias de precios (Núñez-Rodríguez et al., 2022) de igual manera en Perú el sector servicios ha registrado un aumento de los costos operativos debido a la variación de los precios de los insumos además de la presión inflacionaria por consiguiente las empresas han debido reconsiderar sus mecanismos de fijación de precios (Toledo y León, 2022).

La dimensión del problema se refleja en cifras que señalan un crecimiento promedio del 15% en los costos operativos del sector servicios durante el último año por lo tanto numerosas organizaciones se han visto obligadas a modificar sus tarifas con el propósito de conservar su rentabilidad (Maestre et al., 2023) este incremento no solo afecta la sostenibilidad económica de las empresas sino que además genera consecuencias en el acceso de los consumidores a prestaciones esenciales como la lavandería asimismo puede repercutir en el bienestar de las comunidades (Hoyos-Pontón y Villarraga-Orjuela, 2023) en ese sentido la presión tarifaria puede provocar una disminución en la calidad del servicio o una reducción de la oferta lo cual impacta con mayor intensidad en los usuarios más vulnerables (Azuela et al., 2017).

Pese a los esfuerzos anteriores orientados a enfrentar esta dificultad mediante la aplicación de estrategias de optimización de costos además de la búsqueda de mayor eficiencia operativa aún subsisten restricciones relevantes puesto que diversas empresas incluida Multiservicios Accopugio no cuentan con un examen integral de los elementos que intervienen en la fijación de precios lo cual limita su capacidad de adaptación frente a las variaciones del mercado (Sánchez-Romeu y Rattia, 2015) asimismo las causas de esta situación comprenden la carencia de información sobre los costos reales además de una planificación financiera insuficiente por consiguiente pueden generarse decisiones tarifarias que no expresen con precisión la realidad del mercado (Calvo et al., 2022) finalmente la falta de atención adecuada a estos problemas puede ocasionar pérdida de competitividad e incluso

el cierre de negocios que no logren adecuarse a las condiciones cambiantes del entorno comercial (Rios y Domínguez, 2018).

El presente estudio tiene como finalidad brindar un examen integral sobre la relación entre los costos operativos y la fijación de precios de los servicios de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio; por consiguiente, mediante la identificación de los factores determinantes que intervienen en dicho vínculo se pretende formular recomendaciones prácticas que contribuyan a perfeccionar la gestión financiera de la asociación, además de fortalecer su competitividad en el mercado. Asimismo, se busca promover su sostenibilidad en el largo plazo.

2.1.2. Formulación del problema

2.1.2.1. Problema general

¿Qué relación existe entre los costos operativos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024?

2.1.2.2. Problemas específicos

- **PE1.** ¿Qué relación existe entre los costos fijos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024?
- **PE2.** ¿Qué relación existe entre los costos variables y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024?
- **PE3.** ¿Qué relación existe entre los costos indirectos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024?

2.2. Objetivos

2.2.1. Objetivo general

Determinar la relación entre los costos operativos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.

2.2.2. Objetivos específicos

- **OE1.** Determinar la relación entre los costos fijos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.
- **OE2.** Determinar la relación entre los costos variables y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.
- **OE3.** Determinar la relación entre los costos indirectos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024

2.3. Justificación e importancia

2.3.1. Justificación social

El presente estudio posee una justificación social debido a que examina la relación existente entre los costos operativos y la fijación de precios en los servicios de lavandería de la Asociación de servicios múltiples Accopugio por consiguiente permite reconocer de qué manera la estructura de costos incide en la accesibilidad del servicio además de la sostenibilidad económica de la asociación asimismo en la estabilidad laboral de sus integrantes en ese sentido dicho análisis contribuye al fortalecimiento de la permanencia del servicio ofrecido a la comunidad mientras que promueve condiciones más sostenibles tanto

para los usuarios como para los asociados que dependen de esta actividad como fuente principal de ingresos.

2.3.2. Justificación política e institucional

Desde la perspectiva política e institucional el estudio adquiere relevancia debido a que proporcionó información objetiva para fortalecer la administración de asociaciones dedicadas a la prestación de servicios especialmente en entornos rurales asimismo el conocimiento del vínculo entre los costos operativos y la fijación de precios permite perfeccionar el aprovechamiento de los recursos por consiguiente facilita la elaboración de estrategias además de políticas orientadas al desarrollo de microempresas la inclusión económica y el fortalecimiento del sector productivo local.

2.3.3. Justificación económica

En el ámbito económico la investigación se sustenta debido a que el examen de los costos operativos así como su vínculo con la fijación de precios permitió valorar la sostenibilidad financiera de la asociación por consiguiente los resultados contribuyen a identificar aspectos susceptibles de mejora dentro de la estructura de costos lo cual favorece la toma de decisiones orientadas a establecer precios técnicamente sustentados además de fortalecer la rentabilidad asimismo optimizar las condiciones económicas de los integrantes de la organización.

2.3.4. Justificación académica

Desde el enfoque académico el estudio brindó evidencia empírica al campo de la contabilidad de costos además de la administración de microempresas puesto que examinó de forma correlacional el vínculo entre los costos operativos y la fijación de precios asimismo la investigación enriquece el marco teórico disponible por consiguiente constituye un referente para trabajos semejantes al proporcionar información sistematizada además de

contextualizada que fortalece la literatura relacionada con la gestión de costos en asociaciones de servicios.

2.3.5. Justificación metodológica

La investigación se sustentó debido a que integra el análisis de los costos operativos además de las estrategias de fijación de precios dentro de un escenario real por consiguiente permite contrastar planteamientos teóricos con evidencia empírica asimismo el diseño correlacional favorece la comprensión del nivel de asociación entre las variables examinadas y ofrece un modelo analítico replicable para futuras investigaciones orientadas a la sostenibilidad además de la rentabilidad de asociaciones de servicios.

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

Existe una relación significativa entre los costos operativos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.

2.4.2. Hipótesis específicas

- **HE1.** Existe una relación significativa entre los costos fijos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.
- **HE2.** Existe una relación significativa entre los costos variables y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.
- **HE3.** Existe una relación significativa entre los costos indirectos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.

2.5. Variables

2.5.1 Variable independiente: Costos operativos

Los costos operativos comprenden el conjunto de desembolsos y consumos de recursos asociados directamente con las actividades habituales de producción y prestación de servicios en una organización (Horngren et al., 2018).

2.5.2 Variable dependiente: Fijación de precios

La fijación de precios consiste en el proceso técnico y gerencial mediante el cual se establece el valor monetario que los clientes deben pagar por bienes o servicios (Horngren et al., 2018; Drury, 2019).

Tabla 1*Matriz de operacionalización de variables 1 costos operativos*

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
V1 Costos operativos: Los costos operativos comprenden el conjunto de desembolsos y consumos de recursos asociados directamente con las actividades habituales de producción y prestación de servicios en una organización. (Horngren et al., 2018).	D1 Costos fijos: Son aquellos que permanecen constantes en su monto total dentro de un rango relevante de actividad, independientemente de las variaciones en el nivel de producción o volumen de servicios, durante un periodo determinado. (Horngren et al., 2018).	Son Total, de costos fijos mensuales (gastos constantes como salarios y alquiler).	1 – 4	Ordinal
	D2 Costos variables: Son aquellos que se modifican en proporción directa al nivel de actividad o volumen de producción, manteniendo relativamente constante su costo unitario. (Horngren et al., 2018).	Son Total de costos variables mensuales (insumos, productos químicos, energía).	5 – 8	
	D3 Costos indirectos: Son aquellos que no pueden identificarse ni cuantificarse de manera directa con un producto, servicio u orden específica, pero que resultan indispensables para el funcionamiento integral de la organización. (Horngren et al., 2018).	Son Total de costos indirectos (gastos generales, administración).	9 - 13	

Nota: la tabla representa la operacionalización de variables

Tabla 2

Matriz de operacionalización de variables 2 fijación de precios

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
V2 Fijación de precios: Consiste en el proceso técnico y gerencial mediante el cual se establece el valor monetario que los clientes deben pagar por bienes o servicios (Horngren et al., 2018; Drury, 2019).	D1 Estrategia de precios: Es el conjunto de lineamientos técnicos y decisiones gerenciales que orientan de manera sistemática la determinación de los precios de los servicios, alineando los objetivos financieros de la organización con su estructura de costos y su posicionamiento en el mercado (Horngren et al., 2018).	Tipo de estrategia de precios (basado en costos, competencia, o demanda).	14 – 19	Ordinal
	D2 Influencia de los costos en precios: Se refiere al grado en que la información de costos es utilizada como base técnica para la determinación del precio del servicio, considerando los costos fijos, variables e indirectos como referentes para establecer el precio mínimo aceptable y el margen de rentabilidad (Horngren et al., 2018).	Porcentaje de costos operativos sobre el precio final del servicio.	20 - 22	
	D3 Precio final del servicio: Es el valor monetario establecido como contraprestación por la prestación de un servicio, determinado a partir de la integración del costo total, el margen de utilidad proyectado y las condiciones del entorno de mercado (Horngren et al., 2018).	Precio promedio de los servicios de lavandería	23 - 25	

Nota: la tabla representa la operacionalización de variables

III. Marco Teórico

3.1. Antecedentes

3.1.1. A nivel internacional

Según Cherres y Barona (2019) en su tesis titulada “Los costos de producción por procesos y su incidencia en la rentabilidad de la lavandería Rolan's Jeans de la ciudad de Pelileo” plantearon como propósito desarrollar un sistema de costos por órdenes de producción con la finalidad de incrementar los beneficios económicos de la Lavandería Rolan's Jeans ubicada en San Pedro de Pelileo asimismo la metodología aplicada integró enfoques cualitativos además de cuantitativos para la recopilación de información por consiguiente se administraron encuestas a 18 colaboradores de la lavandería además de una entrevista al gerente lo cual permitió examinar la problemática desde distintas perspectivas y transformar las respuestas en datos numéricos para su análisis posterior de igual manera el estudio se respaldó teóricamente en fundamentos de contabilidad de costos costos de producción y rentabilidad en cuanto a los hallazgos más relevantes se evidenció que la empresa no considera los costos de mano de obra ni los costos indirectos de fabricación al momento de determinar los precios de sus productos lo cual incide en una limitada eficiencia económica para atender dicha situación se propuso un examen integral del proceso contable mediante la utilización de documentos internos por lo tanto dicho análisis permitió reconocer además de organizar los componentes de los costos de producción y en consecuencia elaborar estados financieros que expresan la utilidad de forma más precisa finalmente la

aplicación del sistema de costos por órdenes de producción propuesto brinda a la lavandería una herramienta orientada a perfeccionar la determinación de precios lo que a su vez contribuye al incremento de su rentabilidad además de mejorar la utilidad percibida.

Según Peñaranda y Sandoval (2021) en su tesis titulada “Propuesta de mejoramiento de la gestión de los costos en la empresa lavandería nuevo milenio ubicada en la ciudad de San José de Cúcuta” presentaron como objetivo principal elaborar una propuesta destinada a optimizar la gestión de los costos en la organización mediante una herramienta sustentada en el sistema de costeo por órdenes de producción asimismo la metodología fue de tipo descriptivo y estuvo orientada a identificar los elementos del costo presentes en los servicios ofrecidos además de las deficiencias existentes en su control en ese sentido dicho diagnóstico permitió efectuar una valoración integral de los procesos relacionados con la administración de costos dentro de la empresa los resultados más significativos evidenciaron que la organización no posee un conocimiento exacto del costo unitario real de los servicios debido a fallas en el control de costos además del desconocimiento en el registro de entradas y salidas de materiales por consiguiente esta situación generó dificultades en la ejecución de órdenes de producción afectadas por la insuficiencia o el excedente de materia prima e insumos como alternativa de solución se diseñó una herramienta en Excel que incorpora un sistema de inventarios para registrar los movimientos de materiales conocer las cantidades disponibles además de emitir alertas de compra según los requerimientos finalmente se concluyó que la implementación de un sistema estructurado para la gestión de costos como el propuesto puede fortalecer la administración de los recursos y la eficiencia operativa de la lavandería asimismo se recomendó emplear formatos destinados al registro de compra de materiales entradas salidas devoluciones cotizaciones órdenes de trabajo y distribución de mano de obra puesto que estos pueden constituir una fuente valiosa de información para

detectar dificultades en el uso de recursos además de optimizar el control de las órdenes de los clientes.

Según Gracia (2020) en su tesis titulada “Costos por servicio y fijación de precios en la Compañía Transcomuna Peninsular S.A., cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2018”, las empresas que destacaron en el mercado fueron aquellas que lograron resultados consistentes en sus operaciones. En la provincia de Santa Elena, la compañía Transcomuna Peninsular S.A. careció de una estructura de costos que permitiera establecer el precio real del servicio de transporte ofrecido a los clientes, lo que afectó directamente los ingresos generados. La investigación tuvo como objetivo determinar los costos del servicio mediante la aplicación de técnicas contables para fijar un precio de venta adecuado en 2018. El estudio adoptó un enfoque exploratorio-descriptivo, utilizando métodos analítico-sintético y deductivo dentro de un marco cualitativo, en el que se aplicaron entrevistas y observación a los actores clave para evaluar la situación de la compañía y detectar deficiencias relacionadas con los costos por servicio y su fijación. Se identificó que los recorridos de Salinas – Santa Elena – Prosperidad – Atahualpa (ida) y Atahualpa – entrada Chanduy – San Rafael – Sanlúcar (retorno) no cubrieron la totalidad de los costos incurridos. La implementación del modelo de distribución de costos permitió estandarizar los precios del servicio y mejorar la rentabilidad de la compañía.

Maestre et al. (2023), presentan en su artículo titulado "Identificación de los factores que inciden en la fijación de precios en las Pymes comerciales en la ciudad de Quito", examinan las variables que inciden en la política de precios de pequeñas y medianas empresas del sector comercial. A partir de un enfoque descriptivo y cuantitativo, basado en encuestas a 81 empresas, se calcula que los costos operativos y las dinámicas de oferta y demanda son factores determinantes en la fijación de precios. En este sentido, el estudio enfatiza la importancia de considerar múltiples elementos internos y externos para

desarrollar estrategias de precios que contribuyan a mejorar la rentabilidad y competitividad de las Pymes.

Según Rosales (2019) en su tesis titulada “Costos por servicios y fijación del precio de venta del Hotel Tabuba, comuna Montañita, provincia de Santa Elena, año 2018”, el sector hotelero enfrentó un contexto socioeconómico cambiante, en el que resultaba necesario mejorar la calidad del servicio para atender las demandas del mercado. Se determinó que la problemática central radicó en la inexistencia de un sistema de costeo capaz de favorecer la optimización de los resultados financieros de la empresa por consiguiente el estudio tuvo como finalidad valorar los costos por servicios mediante el examen de sus componentes con el propósito de diseñar un sistema de costos que contribuyera a establecer de manera adecuada el precio de venta del hotel asimismo la investigación se desarrolló bajo un enfoque cuali-cuantitativo empleando métodos exploratorio además de descriptivo y aplicando técnicas como la observación guiada entrevistas y encuestas dirigidas a clientes además de directivos con el fin de comprender el entorno y la situación del hotel así como de reconocer los factores que incidían en la determinación de los costos del servicio y del precio de venta. Los resultados mostraron que la implementación de un modelo de costos permitió establecer precios de venta eficientes, destacando el método de costo más margen como la alternativa más apropiada para la fijación de tarifas de hospedaje.

3.1.2. A nivel nacional

Según Campos (2022), presenta en su investigación "Costeo ABC y su impacto en la rentabilidad en MYPES de lavanderías del distrito de San Martín de Porres, año 2020", tuvo como objetivo principal evaluar el de la implementación del sistema efecto de costeo ABC en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas dedicadas al sector de lavanderías en dicho distrito. La investigación emplea una metodología mixta, con un enfoque explicativo y correlacional-causal. Este diseño metodológico permite identificar y analizar

las relaciones existentes entre la adopción del sistema de costeo ABC y los resultados financieros de las empresas estudiadas. Los resultados obtenidos indican que la mayoría de las lavanderías en el distrito presentan deficiencias en el control de costos, lo que dificulta la identificación precisa de los costos directos e indirectos asociados a cada actividad. Esta falta de control complica la toma de decisiones, impactando negativamente en aspectos relacionados con la calidad de los servicios ofrecidos. En cambio, se controlará que, al disponer de información precisa sobre los costos de las actividades, las empresas pueden aplicar estrategias orientadas a la reducción de insumos y la optimización de recursos, tales como las horas-máquina y horas-hombre. En conclusión, se concluye que el manejo adecuado de la información sobre los costos de las actividades es fundamental para un manejo óptimo de los recursos. Se recomienda que las micro y pequeñas empresas del sector de lavanderías fortalezcan sus áreas contables y financieras mediante la implementación de sistemas de costeo efectivo, como el método ABC, lo cual permitirá una administración más efectiva de los costos y una toma de decisiones empresariales más informada.

En la tesis de Santos (2020), titulada “Evaluación de los costos de servicios y su efecto en la rentabilidad de la 'Lavandería Roque', Nuevo Chimbote – 2020”. Tuvo como objetivo principal es analizar el impacto de los costos de servicio en la rentabilidad de la empresa. Entre los objetivos específicos se incluyen la evaluación de los costos, el análisis de la rentabilidad mediante ratios financieros, y la evaluación del efecto de los costos de servicio en la rentabilidad, utilizando datos correspondientes al primer trimestre del año 2020. La investigación sigue un enfoque metodológico cuantitativo, con un diseño correlacional y descriptivo. La población objeto de estudio está conformada por los estados financieros y los documentos relacionados con los costos de servicio desde el inicio de las operaciones de la lavandería. Para la recolección de datos, se emplearon una guía de entrevista y una guía de análisis documental, lo que permitió abordar el problema de

investigación de manera estructurada y sistemática. Los resultados más relevantes indican que, al aplicar el coeficiente de compensación de Pearson, se obtuvo un valor de 0,245, lo que sugiere una relación débil entre los costos de servicio y la rentabilidad. Este resultado muestra que, aunque existe una conexión entre ambas variables, la intensidad de la relación no es suficiente para establecer una dependencia directa. En conclusión, el análisis revela una baja valoración entre los costos de servicio y la ganancia del ente, lo que sugiere que otros factores podrían estar incidiendo en el rendimiento financiero. Este hallazgo resalta la prioridad de realizar un estudio más detallado de los elementos que impactan la rentabilidad y la gestión de costos en este tipo de empresas.

Soto (2021), en su artículo titulado “Propuesta de sistema de costos e incidencia en la utilidad de la lavandería Industrial Wash SAC”, tuvo como objetivo evaluar el impacto de la implementación de un sistema de costos en las utilidades de la empresa durante el año 2018. La investigación adopta un enfoque cualitativo, con una muestra compuesta por tres empleados del área contable y el propietario de la empresa. Las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron entrevistas estructuradas y análisis documental, calculando en la información proporcionada por los registros contables financieros de la lavandería. Los resultados obtenidos muestran que, bajo el sistema actual de contabilidad financiera, las utilidades anuales brutas, operativas y netas fueron de S/ 14,308,307, S/ 13,422,474 y S/ 9,462,844, respectivamente. No obstante, al aplicar un sistema de costos por órdenes de trabajo, estas cifras aumentaron a S/ 14,524,658, S/ 13,719,370 y S/ 9,672,156, lo que refleja una mejora en las utilidades al utilizar este método. La diferencia positiva entre ambos sistemas respalda la opinión de la mayoría de los entrevistados, quienes consideran que el sistema de costos por órdenes de trabajo es más adecuado para las necesidades de la empresa. En conclusión, la lavandería Industrial Wash SAC carece de un sistema de costos claramente definido que permita evaluar con precisión los costos incurridos y las utilidades

generadas. Sin embargo, los análisis realizados indican que la implementación del sistema de costos por órdenes de trabajo podría resultar en beneficios económicos más favorables para la empresa, favoreciendo una gestión más eficiente de los recursos y una estimación más precisa de las utilidades.

Según Alarcón (2021), en la investigación titulada “Estructura del Costo Estándar para la fijación de precios en el servicio de carga de la Empresa Inversiones Ares SAC, Chiclayo 2020”, se abordó el transporte terrestre en las rutas de Trujillo, Cajamarca y Chimbote, con el propósito de analizar la determinación del costo total de los servicios de carga y disponer de información relevante para la fijación de precios en un mercado competitivo. La población objeto de estudio correspondió a la totalidad del personal de la empresa debido a su tamaño reducido, incluyendo al gerente, jefe de transporte y contador, lo que permitió observar los procedimientos, registros y activos de la organización. Se aplicaron entrevistas para recopilar información de los trabajadores involucrados directa o indirectamente en el proceso y se revisó el control de costos y gastos asociados al servicio, así como su clasificación, con el fin de determinar cómo se fijaban previamente los precios. La empresa proporcionó información confidencial de sus estados financieros, incluyendo gastos de planilla, desembolsos realizados y transferencias de depósito, lo que facilitó obtener un panorama completo de la situación de costos. Se identificó que la organización no contaba con una clasificación sistemática de sus costos y gastos, lo que generaba limitaciones para calcular precios adecuados, por lo que se recomendó la implementación de una estructura de costo estándar que optimizara la fijación de tarifas del servicio.

3.1.3. A nivel local

Según Riveros y Mamani (2019), en su tesis titulada “Costos de servicio de lavandería al seco y al vapor, en la Empresa Polo Sur Cusco EIRL y la comercialización en el distrito de Cusco, periodo 2018”. Tuvieron como objetivo principal de determinar los

costos de los servicios de lavandería al seco y al vapor, diferenciando entre costos directos e indirectos por prenda o por kilo de ropa, y evaluar su impacto en la comercialización. La investigación sigue un enfoque cuantitativo, de tipo básico, con un alcance descriptivo y un diseño no experimental. La recolección de datos se llevó a cabo mediante encuestas dirigidas al 100% de la población involucrada, conformada por el titular, el administrador, el contador y el supervisor de la entidad. Los hallazgos encontrados revelan que los costos de los servicios de lavandería en la empresa Polo Sur Cusco EIRL se determinan de forma empírica, sin un marco técnico definido. Esta situación genera una debilidad en la toma de decisiones administrativas y afecta la precisión en la fijación de los precios de venta por prenda o por kilo de ropa lavada. Además, se constató que la comercialización actual no cuenta con el respaldo de un análisis técnico adecuado. En conclusión, el estudio permitió proponer una metodología técnica para la determinación de los costos de los servicios de lavandería al seco y al vapor. Esta metodología facilita el cálculo de precios de venta más precisos y reales, proporcionando al titular de la empresa una herramienta para calcular sus ingresos y utilidades con mayor confiabilidad.

Según Ponce de León y Choque (2024), en su estudio titulado “Costos de servicio de reencauche y fijación de precios en la empresa Reencauchadora León E.I.R.L., Cusco - San Jerónimo, periodo 2021”, se evaluó la manera en que se determinaron los costos de servicio de reencauche y se fijaron los precios de venta durante el año 2021. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo de tipo básico, con alcance descriptivo y diseño no experimental, empleando un muestreo no probabilístico que incluyó a los dos colaboradores de la empresa y la información contable relativa a los costos de compras y ventas. Se aplicó como técnica el análisis documental, utilizando fichas de registro para sistematizar los datos obtenidos. Los resultados evidenciaron que la empresa calculó los costos de sus servicios mediante la aplicación de costos directos, que incluyeron materiales y mano de obra directa,

y costos indirectos, tales como equipo de protección personal, mano de obra indirecta, depreciación de maquinaria y equipo, servicios básicos y alquiler del local, integrando estos componentes para establecer de manera precisa el costo del servicio de reencauche de llantas.

3.2. Bases teóricas

3.2.1. Costos operativos

Los costos operativos representan los gastos asociados a las actividades habituales de producción y prestación de servicios en una organización. Estos incluyen insumos materiales, mano de obra directa e indirecta, y costos indirectos vinculados con la operación diaria. Se diferencian claramente de costos financieros y extraordinarios, y su gestión es determinante para la eficiencia y rentabilidad empresarial (Horngren et al., 2018; Drury, 2019).

Según Yaguas (2022), se propone un sistema de gestión de costos que permite a las empresas determinar de manera precisa los costos operativos relacionados con sus servicios. Las conclusiones más destacadas señalan que un sistema de costos bien estructurado no solo ofrece información clave para la toma de decisiones, incluso permite a las empresas ajustar sus estrategias operativas para mejorar la eficiencia y reducir los costos innecesarios. Este enfoque resulta particularmente relevante para el sector de lavandería, donde los costos operativos son significativos y pueden impactar directamente en la rentabilidad del servicio.

Por otro lado, Ruiz (2020), subraya la importancia del conocimiento sobre costos y presupuestos en la gestión empresarial. En sus conclusiones, destaca que una comprensión adecuada de los costos operativos es esencial para que las pequeñas y medianas empresas (MYPES) puedan establecer precios competitivos y sostenibles. Aunque su análisis se centra en la industria láctea, los principios discutidos son aplicables al sector de lavandería, donde la gestión adecuada de los costos es fundamental para la viabilidad del negocio. En conjunto,

estos estudios brindan un fundamento sólido para comprender la definición y gestión de los costos operativos en los servicios de lavandería, resaltando la importancia de un sistema de costos bien diseñado para mejorar la eficiencia y rentabilidad.

Desde una perspectiva más estratégica, Robson-Vicens et al. (2022) exploran la implementación del costeo basado en actividades (ABC) en empresas de servicios, destacando su utilidad para identificar y asignar los costos operativos de manera más precisa. Los autores concluyen que el uso del método ABC permite a las empresas, incluidas las lavanderías, obtener información detallada sobre los costos asociados a cada actividad, facilitando la toma de decisiones estratégicas para mejorar la eficiencia y reducir gastos innecesarios.

3.2.2. Clasificación de los Costos Operativos

Los costos operativos se clasifican en tres categorías principales: fijos, variables y mixtos. Los costos fijos mantienen un nivel constante durante períodos específicos, como el alquiler o salarios administrativos. Los costos variables dependen del volumen de producción o servicios, por ejemplo, el gasto en materia prima. Los costos mixtos presentan una combinación de ambos, como los costos energéticos que tienen un cargo fijo más un consumo variable (Garrison et al., 2021).

Según Charlita (2009) los costos de producción son aquellos necesarios para elaborar un producto o prestar un servicio, y se clasifican en tres categorías: materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos (p.12). Estos costos determinan el valor final del bien o servicio, y la gestión adecuada de sus componentes permite optimizar los recursos y minimizar gastos innecesarios durante el proceso de producción.

3.2.3. Componentes de los costos operativos

Los componentes esenciales comprenden materia prima y suministros que se consumen directamente en la producción, la mano de obra directa que participa en el

desarrollo productivo, y los gastos generales de fabricación que incluyen costos indirectos como mantenimiento y depreciación de equipos. Además, los costos administrativos y comerciales forman parte integral de la estructura de costos operativos, sustentando la gestión y comercialización (Horngren et al., 2018).

3.2.4. *Materia prima*

Según Morales et al. (2018) los bienes intermedios son aquellos recursos que se utilizan en la transformación de productos finales y que, tras dicho proceso, se convierten en bienes de consumo listos para su comercialización.

3.2.5. *Metodologías para medición y control*

La medición y control de los costos operativos se realiza mediante sistemas como el costeo por órdenes, costeo por procesos y el costeo basado en actividades (ABC). Estas metodologías permiten asignar costos con precisión a productos o servicios, facilitando la identificación de áreas susceptibles de optimización, además de apoyar la toma de decisiones financieras y estratégicas (Drury, 2019).

3.2.6. *Factores que afectan los costos operativos*

Diversos factores externos como la inflación, las variaciones en los precios de insumos, avances tecnológicos y disposiciones gubernamentales impactan los costos operativos. Internamente, la eficiencia en procesos, las políticas de compra y la capacidad administrativa también juegan un rol fundamental en el control y manejo efectivo de estos costos (Horngren et al., 2018).

3.2.7. *Impacto en rentabilidad y estrategia empresarial*

La gestión eficiente de los costos operativos afecta directamente en la utilidad de la empresa al afectar los márgenes de ganancia. Un control adecuado permite diseñar estrategias competitivas, ajustar precios de manera coherente con los costos reales y

mantener la sostenibilidad en mercados dinámicos, asegurando la continuidad del negocio (Garrison et al., 2021).

3.2.8. Estudios previos y evidencia empírica

La literatura especializada destaca que el control riguroso de costos operativos contribuye a mejorar la competitividad y sostenibilidad empresarial, especialmente en sectores de servicios. En contextos económicos con presiones inflacionarias, la optimización de costos es indispensable para mantener la rentabilidad y la calidad en la prestación de servicios (Drury, 2019; Garrison et al., 2021).

3.2.9. Precios

Armstrong y Kotler, en "Fundamentos de Marketing", conceptualizan el precio como la cantidad de dinero que se solicita por un producto o servicio, destacando que refleja el conjunto de valores que los consumidores están dispuestos a intercambiar para obtenerlo.

Bonta y Farber (2002) en "199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad", amplían esta perspectiva al señalar que el precio constituye una expresión concreta del valor asignado al bien o servicio, enfatizando la relación entre percepción de valor y disposición a pagar.

Romero, en "Marketing", define el precio como el importe que el consumidor debe entregar al vendedor para adquirir la propiedad del producto o servicio. En conjunto, estas definiciones muestran que el precio no solo representa un valor monetario, sino también un indicador de la percepción del consumidor, siendo un elemento central en la estrategia de fijación de precios, pues permite equilibrar la rentabilidad del vendedor con la aceptación del mercado y la competitividad del producto o servicio.

Mientras que para Kotler y Armstrong (2007) el precio, “es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”.

Por otro lado, en Latinoamérica se conceptualiza como “el valor expresado en moneda” o “en resumen, el precio es la cantidad de dinero necesaria para adquirir en intercambio la combinación de un producto y los servicios que lo acompañan” (Fischer De la Vega y Espejo, 2012).

Lo que coincide con Kotler y Armstrong (2012) que explican que el precio es “la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar para obtener el producto”.

En cuanto a Stanton et al. (2007) conceptualizan el precio como “la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad necesarios para adquirir un producto”, señalando que este no se limita al intercambio monetario, sino que constituye un elemento relevante tanto para la economía, como para la percepción del consumidor y la gestión empresarial. Desde la perspectiva del consumidor, el precio se considera un componente integral del valor percibido, influyendo en la decisión de compra y en la evaluación de los beneficios que se obtienen al adquirir el bien o servicio.

De manera similar, Grewal y Compeau (2015) consideran el precio como una variable de la mezcla de mercadotecnia directamente vinculada con los ingresos generados por el producto o servicio, aunque no incorporan la influencia de la psicología del consumidor en la percepción del precio. Esta omisión puede dar lugar a errores en la valoración del producto, ya que la interpretación del precio por parte del consumidor no depende únicamente de su dimensión monetaria, sino también de factores psicológicos que afectan la disposición a pagar y la percepción de valor.

3.2.10. Características de precio

El precio constituye una variable determinante dentro del marketing mix, siendo el único instrumento que genera ingresos para la empresa, dado que las acciones relacionadas con el producto, la comunicación y la distribución implican costos. Además, tiene efectos psicológicos sobre el consumidor, influyendo en la percepción que este tiene del producto y

en su decisión de compra. En numerosas situaciones, el precio representa la única información disponible para el consumidor al momento de evaluar su adquisición (Monferrer, 2013).

3.2.11. Fijación de precios

La fijación de precios consiste en establecer el valor monetario que los clientes deben pagar por bienes o servicios. Esta función influye de manera directa en la utilidad y en la ventaja competitiva de la entidad dentro del mercado. Además, integra factores internos y externos para cumplir con los objetivos financieros propuestos (Horngren et al., 2018; Drury, 2019).

3.2.12. Principales estrategias de fijación de precios

Entre los métodos destacan la fijación basada en costos, que añade un margen al costo total o variable (Garrison et al., 2021); la fijación basada en el mercado, que ajusta precios considerando competencia y demanda; y la fijación basada en valor, que se orienta al beneficio percibido por el cliente. También se emplean estrategias tácticas como precios psicológicos, descuentos o penetración (Horngren et al., 2018; Drury, 2019).

El precio que la empresa establece se sitúa entre un límite inferior, determinado por los costos del producto, y un límite superior, definido por la percepción de valor que tienen los clientes. Si el precio supera la valoración percibida por los consumidores, estos podrían rechazar la compra, mientras que un precio inferior a los costos genera pérdida de utilidades. Para determinar un precio adecuado dentro de estos límites, la empresa considera factores internos y externos, incluyendo las estrategias y tarifas de los competidores, la estrategia global de marketing y la mezcla de marketing, así como la estructura del mercado y el comportamiento de la demanda (Kotler y Armstrong, 2007).

3.2.13. Concepto de estrategia de fijación de precios

Según Estrella et al. (2021), analizan cómo las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) emplean diversos métodos de costeo para determinar el precio de venta al público (PVP). Los autores concluyen que la falta de conocimiento sobre sistemas de costos y la adopción de metodologías inadecuadas impactan negativamente en la fijación de precios. La investigación subraya la relevancia de implementar prácticas de costeo efectivas para mejorar tanto la rentabilidad como la competitividad de las PYMEs en el mercado.

Por su parte, Caina (2023) examina el impacto de las herramientas de pago en línea en la estrategia de fijación de precios de las empresas. El autor concluye que las comisiones y costos asociados a estas herramientas deben ser considerados en la formulación de los precios, ya que pueden influir en la rentabilidad de las transacciones. Este análisis resalta la necesidad de que las empresas evalúen detenidamente los costos derivados de las herramientas de pago al desarrollar su estrategia de precios.

De manera similar, Marulanda et al. (2016) exploran la relación entre la cultura organizacional y la fijación de precios. Los autores proponen que una cultura organizacional orientada hacia la innovación y el intercambio de conocimientos puede influir favorablemente en la capacidad de las empresas para establecer precios competitivos. La investigación concluye que las empresas deben fomentar una cultura que apoye la gestión del conocimiento para optimizar sus estrategias de fijación de precios.

En conjunto, estos estudios ofrecen una visión integral sobre la estrategia de fijación de precios, destacando la importancia de las prácticas de costeo, el análisis de las herramientas de pago y la cultura organizacional en la determinación de los precios en el mercado.

3.2.14. Fijación de precios de valor para el cliente

En última instancia, es el cliente quien determina si el precio de un producto resulta adecuado. Las decisiones de fijación de precios, al igual que las demás decisiones de la mezcla de marketing, deben basarse en el valor percibido por el consumidor. Al adquirir un producto, los clientes intercambian un valor monetario por los beneficios que obtienen de su uso o posesión. Una fijación de precios eficaz y orientada al cliente requiere comprender el valor que los consumidores asignan a estos beneficios y establecer un precio que lo refleje. Este enfoque, conocido como fijación de precios basada en el valor, utiliza las percepciones del comprador como referencia central y subraya que el precio no puede determinarse de manera independiente, sino que debe considerarse simultáneamente con las demás variables de la mezcla de marketing antes de diseñar el programa completo de marketing. (Kotler y Armstrong, 2007, p. 258).

3.2.15. Fijación de precios basada en costos

La fijación de precios basada en costos se centra en determinar el precio considerando los gastos incurridos en la producción, distribución y comercialización del producto, adicionando una tasa de utilidad que compense el esfuerzo y el riesgo asumido por la empresa. En este enfoque, los costos representan un componente esencial de la estrategia de precios, ya que garantizan que la empresa cubra sus inversiones y mantenga la rentabilidad de sus operaciones (Kotler y Armstrong, 2007, p. 260).

3.2.16. Fijación de precios basada en la competencia

La fijación de precios basada en la competencia considera las estrategias, costos, precios y ofertas de los competidores como referencia para establecer el precio de un producto o servicio. Los consumidores evaluarán el valor del bien en función de los precios que otras empresas cobran por productos similares. Al analizar las estrategias de precios de los competidores, la empresa debe determinar cómo se compara su oferta con las alternativas

del mercado en términos de valor percibido por el cliente. Si los consumidores consideran que el producto proporciona un valor superior, la empresa puede establecer un precio más alto; en caso contrario, deberá fijar un precio menor o modificar la percepción del cliente para justificar un precio superior (Kotler y Armstrong, 2007, p. 264).

3.2.17. Factores que influyen en la fijación de precios

Los costos operativos constituyen el límite mínimo para establecer precios, garantizando la cobertura de gastos y rentabilidad. Otros factores relevantes son el entorno competitivo, regulaciones, comportamiento del consumidor, y las metas claves de la empresa, los cuales orientan la definición y ajuste de precios para maximizar resultados (Horngren et al., 2018; Garrison et al., 2021; Drury, 2019).

3.2.18. Herramientas de análisis para la fijación de precios

El análisis del punto de equilibrio y el margen de contribución constituyen herramientas básicas para determinar la viabilidad financiera de los precios. Complementariamente, el análisis de sensibilidad y la elasticidad precio-demanda proporcionan información sobre la respuesta del mercado a variaciones en precios. La elaboración de presupuestos y proyecciones financieras facilita establecer precios alineados con objetivos corporativos (Drury, 2019; Horngren et al., 2018; Garrison et al., 2021).

3.2.19. Consecuencias y riesgos de una fijación de precios inadecuada

Una fijación inadecuada puede ocasionar pérdidas económicas, reducción de participación de mercado y deterioro de la imagen corporativa. Precios demasiado bajos reducen márgenes y pueden hacer insostenible la operación, mientras precios excesivos pueden alejar clientes o incentivar la competencia agresiva. Además, puede generar conflictos competitivos y comprometer la sostenibilidad empresarial (Drury, 2019; Horngren et al., 2018).

3.2.20. Estudios previos y evidencia empírica sobre fijación de precios

La literatura enfatiza la integración del análisis de costos y condiciones del mercado para establecer precios eficientes. Investigaciones en el sector servicios demuestran que aplicar métodos basados en costos y análisis financiero contribuye a mejorar la rentabilidad y la competitividad empresarial. En escenarios de alta volatilidad e inflación, el monitoreo constante de costos resulta indispensable para ajustar precios y asegurar la viabilidad económica (Garrison et al., 2021; Horngren et al., 2018).

3.2.21. Estudios previos y evidencia empírica sobre fijación de precios

La literatura enfatiza la integración del análisis de costos y condiciones del mercado para establecer precios eficientes. Investigaciones en el sector servicios demuestran que aplicar métodos basados en costos y análisis financiero contribuye a mejorar la rentabilidad y la competitividad empresarial. En escenarios de alta volatilidad e inflación, el monitoreo constante de costos resulta indispensable para ajustar precios y asegurar la viabilidad económica (Garrison et al., 2021; Horngren et al., 2018).

3.2.22. Estudios Beneficio de una estrategia de fijación de precios efectiva

3.2.22.1. Maximización de la rentabilidad

Escobar et al. (2022), analizan el impacto de un sistema de control interno efectivo en la rentabilidad de las empresas de servicios. Los autores concluyen que la implementación de controles internos adecuados mejora la eficiencia operativa y favorece la claridad y responsabilidad en la gestión dentro de la organización. Estos factores, a su vez, incrementan la confianza de los clientes y, en consecuencia, la rentabilidad. El estudio sugiere que las empresas de lavandería deben adoptar prácticas de control interno que optimicen sus procesos y reduzcan los riesgos inherentes a la operación.

Por otro lado, Ponce y Muñoz (2024), se enfocan en la gestión administrativa como un elemento fundamental para la rentabilidad de las microempresas. A partir de un análisis

detallado, los autores identifican que la mejora en la gestión de inventarios y la diversificación de servicios son estrategias clave para incrementar la ganancia. Este enfoque es igualmente aplicable a las empresas de lavandería, donde la optimización de recursos y la oferta de servicios complementarios pueden contribuir significativamente al aumento de los ingresos. Las conclusiones del estudio subrayan la necesidad de que las lavanderías implementen estrategias administrativas que les ayude a responder las demandas del mercado y maximizar su rentabilidad.

Asimismo, Rivoin y Chávez (2023), exploran el impacto del comercio electrónico en la rentabilidad de las empresas. Aunque su investigación no se centra exclusivamente en el sector de lavandería, los resultados son aplicables, pues sugieren que la adopción de plataformas de comercio electrónico puede ampliar el acceso a nuevos clientes y mejorar la eficiencia en la gestión de pedidos. Esto resulta particularmente relevante para las empresas de lavandería que buscan ampliar su base de clientes y optimizar sus operaciones. El estudio concluye que el uso de herramientas digitales representa una estrategia efectiva para mejorar la ganancia en un mercado empresarial competitivo.

En conjunto, estos estudios destacan el valor de implementar controles internos eficaces, mejorar la gestión administrativa y adoptar tecnologías digitales como estrategias clave para maximizar la rentabilidad en las empresas de lavandería. Estas prácticas no solo optimizan los procesos operativos, sino que también permiten a las empresas adaptarse a las demandas del mercado y fortalecer su competitividad.

3.2.22.2. Mejora en la competitividad del servicio de la lavandería

Trujillo et al. (2021), investigan cómo la reingeniería de procesos puede afectar en la calidad del servicio. Los autores concluyen que, al rediseñar de manera radical los procesos operativos y administrativos, la reingeniería puede generar mejoras en aspectos esenciales como costos, calidad y eficiencia en la entrega del servicio. Este enfoque resulta

aplicable a las empresas de lavandería, donde la optimización de procesos puede conducir a un aumento en la satisfacción del cliente, lo que, a su vez, mejora la competitividad en el mercado.

Por otro lado, Herrera et al. (2023), analizan la adopción de sistemas de gestión de calidad como un medio para mejorar la competitividad. Los autores argumentan que el cumplimiento de normas internacionales, como las de la ISO, permite a las empresas de servicios, incluidas las lavanderías, estandarizar sus procesos y elevar la calidad del servicio. La investigación concluye que la adopción de un sistema de gestión integrado no solo eleva la calidad, sino que también refuerza la sostenibilidad y competitividad de las empresas en un entorno empresarial cada vez más competitivo.

De manera similar, Hernández et al. (2018), exploran el uso de la gestión de calidad como una medida para fortalecer la competitividad empresarial. Los autores destacan que brindar un servicio de calidad es esencial para satisfacer al cliente y en la lealtad hacia la marca. La investigación concluye que las empresas de lavandería que implementan prácticas de gestión de calidad pueden diferenciarse en el mercado, lo que les permite atraer y retener clientes, mejorando así su competitividad.

Los estudios revisados subrayan la importancia de la reingeniería de procesos, la incorporación de sistemas de gestión de calidad y la atención a la conformidad del cliente como estrategias para mejorar la competitividad en el sector de la lavandería. Estas prácticas no solo optimizan la operación, sino que también permiten a las empresas adaptarse a las demandas del mercado y fortalecer su posición competitiva.

3.2.22.3. Satisfacción del cliente y lealtad a la marca

Silva-Treviño et al. (2021), analizan la influencia de la eficiencia del servicio en el agrado del cliente y, en consecuencia, en la lealtad hacia la marca. Los autores concluyen que existe una relación directa entre estos tres factores, señalando que una mejora en la

calidad del servicio contribuye a aumentar la satisfacción del cliente, lo que a su vez fortalece la lealtad hacia la marca. Este hallazgo resulta relevante para las empresas de lavandería, cuya competitividad depende en gran medida de la percepción que los clientes tienen sobre la calidad del servicio proporcionado.

Amor et al. (2022), en un contexto diferente, proporcionan información sobre la relación entre la satisfacción del cliente y la lealtad hacia la marca. Los autores identifican que el valor percibido de los servicios tiene un impacto significativo en la lealtad del cliente. Este estudio sugiere que las empresas de lavandería deberían concentrarse en mejorar la experiencia del cliente y el valor percibido de sus servicios para fomentar una mayor lealtad hacia la marca.

Por su parte, Forero-Molina y Neme-Chaves (2021) exploran cómo el valor percibido afecta en la lealtad de los consumidores hacia las marcas. Los autores concluyen que una percepción positiva del valor de un servicio o producto puede aumentar la lealtad del cliente. Este hallazgo también es relevante para las lavanderías, donde la percepción de un servicio de alta calidad y un precio competitivo puede resultar en un mayor nivel de lealtad hacia la marca.

En conjunto, los estudios revisados subrayan la importancia de la calidad del servicio, el valor percibido y la satisfacción del cliente como factores fundamentales que inciden en la lealtad hacia la marca en el sector de lavandería. Las empresas que se enfocan en mejorar estos aspectos tienen mayores probabilidades de retener a sus clientes y afianzar su posición en el mercado.

3.2.22.4. Optimización de recursos y reducción de costos

Alfaro (2023), analiza cómo la reingeniería de procesos puede ser aplicada para incrementar la productividad y reducir los costos en diversas industrias, incluidas las empresas de servicios. El autor concluye que la implementación de la reingeniería permite

identificar y quitar actividades innecesarias, lo que contribuye a una optimización de los recursos. Este enfoque es relevante para las empresas de lavandería, donde la revisión y mejora de los procesos operativos pueden resultar en una reducción de costos y en una mayor eficiencia en el uso de recursos.

Carrillo et al. (2019), abordan la filosofía de manufactura esbelta y la aplicación de herramientas como las 5S y el Mantenimiento Productivo Total (TPM) para optimizar recursos y reducir costos. Aunque el estudio se enfoca en el sector metalmecánico, los principios de lean manufacturing son aplicables a las empresas de lavandería. Los autores concluyen que la adopción de estas herramientas no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también disminuye el desperdicio y los costos operativos, lo que incrementa la competitividad de la empresa.

Antosz (2017), investiga el papel de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la optimización de recursos dentro de las pequeñas y medianas empresas. Los resultados sugieren que la incorporación de tecnologías facilita una gestión más eficiente de los recursos y la reducción de los costos operativos. Este enfoque es aplicable a las empresas de lavandería, donde la implementación de sistemas tecnológicos puede mejorar la gestión de inventarios, la atención al cliente y la programación de servicios, lo que se traduce en mayor eficiencia y menor costo.

En conjunto, los estudios revisados subrayan la relevancia de la reingeniería de procesos, la filosofía de manufactura esbelta y la incorporación de tecnologías de la información como estrategias clave para la optimización de recursos y la reducción de costos en el sector de lavandería. Estas prácticas favorecen la mejora de la eficiencia operativa y la competitividad de las empresas en un entorno de mercado cada vez más exigente.

3.2.23. Teorías

3.2.23.1. Teoría de la fijación de precios basada en costos

Barona-López et al. (2024), analizan la relación entre los costos de producción y las estrategias de fijación de precios en las empresas. Los autores concluyen que la contabilidad de costos es un componente esencial para que las organizaciones comprendan sus gastos y definan precios que no solo cubran dichos costos, además generen un margen de utilidad adecuado. La investigación resalta que una gestión eficiente de los costos permite a las empresas tomar decisiones informadas sobre precios, producción y operaciones, lo que contribuye a su sostenibilidad en el mercado.

Ingenbleek y Van der Lans (2013), exploran la relación entre las estrategias de precios y las prácticas de fijación de precios dentro de las organizaciones. Los autores argumentan que las estrategias de precios deben estar alineadas con los costos de producción para lograr efectividad. Concluyen que una comprensión detallada de los costos asociados a la producción y distribución de productos es clave para establecer precios competitivos y maximizar la rentabilidad. Esta investigación subraya la necesidad de integrar la teoría de costos en la formulación de las estrategias de precios.

Por su parte, Silva (2010), examina la aplicación de la teoría de la fijación de precios basada en costos a los servicios públicos. El autor concluye que los precios deben reflejar los costos reales de la prestación del servicio para garantizar la eficiencia y la equidad. La investigación destaca que una gestión adecuada de los costos es crucial para establecer tarifas justas, tanto para los consumidores como para los proveedores, lo que asegura la sostenibilidad a largo plazo del servicio.

En conjunto, estos artículos proporcionan una visión integral sobre la teoría de la fijación de precios basada en costos, destacando su influencia en la sostenibilidad

empresarial, la alineación de las estrategias de precios y la equidad en la prestación de servicios.

3.2.23.2. Teoría del valor percibido en la fijación de precios

Según Becerra et al. (2023), se explora la relación entre el valor percibido por los clientes y su lealtad en el sector gastronómico. Los resultados revelan una correlación positiva entre ambos factores, sugiriendo que las empresas capaces de incrementar el valor percibido de sus productos o servicios experimentan un aumento en la lealtad de los consumidores. La investigación concluye que la gestión del valor percibido desempeña un papel esencial en las estrategias de fijación de precios, al influir de manera directa en la decisión de recompra.

Por su parte, Ashqui y Bermúdez (2019), analizan el impacto del valor percibido en la decisión de recompra de los consumidores en el sector de la moda. Los autores determinan que un valor percibido más elevado se traduce en una mayor intención de recompra, lo que implica que las estrategias de precios deben considerar el valor que los consumidores atribuyen a los productos. Este hallazgo subraya la relevancia de la percepción del valor en la formulación de estrategias de precios, sugiriendo que las empresas deben trabajar en comunicar y ofrecer un valor superior para fomentar la lealtad de los clientes.

En el ámbito del turismo, Solís-Radilla et al. (2016), investigan el valor percibido de un destino turístico y su influencia en la satisfacción y lealtad de los turistas. La investigación determina que el valor percibido no solo depende de la calidad del servicio, incluso de las experiencias y emociones asociadas al destino. Este enfoque resalta que las estrategias de fijación de precios en el sector turístico deben estar alineadas con las expectativas de los consumidores en cuanto a valor, con el fin de maximizar la satisfacción y promover la repetición de visitas.

En conjunto, estos estudios ofrecen una perspectiva comprensiva sobre la teoría del valor percibido en la fijación de precios, destacando su influencia en la lealtad del cliente y las decisiones de recompra en diferentes sectores.

3.2.23.3. Modelos de pricing en servicios de lavandería

Kosasih et al. (2019), proponen un modelo para el cálculo de los costos de los servicios de lavandería, que no solo considera los costos operativos, sino también los impactos ambientales asociados. Los autores argumentan que la incorporación de factores ambientales en este modelo permite a las empresas del sector establecer precios más equitativos y sostenibles. Este enfoque no solo optimiza la rentabilidad, sino que también favorece la adopción de prácticas más responsables en la industria de la lavandería.

En línea con este enfoque, Muriyatmoko et al. (2023), analizan la implementación de aplicaciones móviles en la gestión de servicios de lavandería. El estudio concluye que el uso de estas aplicaciones puede mejorar la eficiencia en la fijación de precios, ya que permite a los clientes seleccionar servicios personalizados y conocer los costos de manera clara y transparente. Esta tecnología además de mejorar la experiencia del cliente, facilita la gestión de los costos para los propietarios de lavanderías, lo que resulta en una estrategia de precios más flexible y adaptada a las demandas del mercado.

De manera similar, Achyani et al. (2024), examinan un sistema de información basado en la web para la gestión de servicios de lavandería. Los autores concluyen que la implementación de un sistema de información eficaz facilita a las lavanderías la gestión de sus costos y precios, contribuyendo a una toma de decisiones más informada. Este sistema mejora tanto los procesos administrativos como la comunicación con los clientes, lo que se traduce en una fijación de precios más eficiente y competitiva.

En conjunto, estos estudios proporcionan una visión integral de los modelos de fijación de precios en los servicios de lavandería, subrayando la relevancia de la gestión de costos, la tecnología y la sostenibilidad en el establecimiento de precios.

3.2.23.4. Teoría de la elasticidad-precio de la demanda

Hernández-Díaz y García (2016), investigan la aplicación de la elasticidad-precio de la demanda en el sector del transporte, cuyos hallazgos pueden ser extrapolados a otros servicios, como el de lavandería. Los autores concluyen que la elasticidad-precio de la demanda es negativa, lo que implica que un incremento en los precios de los servicios conduce a una disminución en la cantidad demandada. Este resultado sugiere que las empresas de lavandería deben tener en cuenta la sensibilidad de los consumidores ante los cambios de precios al

De manera similar, García y Posada (2016), analizan la elasticidad-precio de la demanda en el sector de telecomunicaciones, cuyos resultados ofrecen implicaciones también relevantes para el sector de servicios en general. Los autores encuentran que la elasticidad-precio de la demanda es negativa y que la demanda muestra sensibilidad frente a variaciones en los precios. Este hallazgo indica que las lavanderías deben adoptar

En un enfoque paralelo, García (2017), examina la elasticidad-precio de la demanda en el contexto de productos lácteos, aplicando principios que son igualmente válidos para la fijación de precios en servicios. El autor subraya que las elasticidades de la demanda son un indicador esencial para entender cómo los cambios en los precios afectan la cantidad demandada. Este análisis destaca la relevancia de que las empresas de lavandería comprendan la elasticidad-precio de su demanda para fijar precios que optimicen sus ingresos y mantengan su competitividad.

En conjunto, estos estudios proporcionan una visión comprensiva de la teoría de la elasticidad-precio de la demanda en el contexto de los servicios de lavandería, poniendo de

manifiesto la importancia de la sensibilidad de los consumidores frente a los cambios de precios en la toma.

3.2.24. Importancia de la gestión de costos en servicios

Madrigal et al. (2018), analizan la gestión energética en las lavanderías industriales y su impacto en los costos operativos. Los autores concluyen que una planificación energética adecuada no solo permite una reducción en el consumo de recursos, sino que también contribuye a la disminución de los costos operativos, lo que mejora la rentabilidad de las lavanderías. La investigación subraya la importancia de implementar estrategias de gestión de costos que integren el uso eficiente de la energía como un factor esencial para garantizar la sostenibilidad económica del negocio.

3.2.25. Problemática en la Fijación de Precios

3.2.25.1. Desafíos en la identificación de costos operativos

Según Gualán-Japón y Zapata-Sánchez (2023), examinan el análisis de la falta de un sistema de costeo adecuado revela las dificultades que enfrentan las empresas del sector textil, incluida la lavandería, para identificar y controlar sus costos operativos. Los autores concluyen que la adopción de un sistema de costeo estándar facilita la visibilidad de los costos, lo que permite un mejor manejo de los recursos. Este estudio destaca la necesidad de contar con herramientas apropiadas para la identificación de costos, lo que puede mejorar tanto la utilidad como la competitividad de las empresas de lavandería.

Por otro lado, Lozano (2019), se enfoca en el sector de la construcción y proporciona importantes insights sobre los costos ocultos que pueden afectar a las empresas en general, incluidas las lavanderías. El autor señala que la identificación y el control de estos costos son fundamentales para la eficiencia operativa y la competitividad. La investigación concluye que muchas empresas desconocen los costos ocultos que enfrentan, lo que puede

dar lugar a decisiones financieras erróneas. Este hallazgo es pertinente para las lavanderías, ya que la falta de visibilidad sobre estos costos puede perjudicar su desempeño financiero.

Asimismo, Sinchi-Morocho et al. (2020), abordan la necesidad de disponer con un sistema de costos eficiente para la identificación precisa de los costos operativos. Los autores concluyen que muchas empresas carecen de un sistema contable adecuado que les permita desglosar y gestionar los componentes de sus costos. Este estudio sugiere que la implementación de un sistema de costos basado en actividades puede resultar beneficioso para las lavanderías, permitiéndoles mejorar la eficiencia operativa y la rentabilidad.

En conjunto, los estudios revisados resaltan la relevancia de contar con sistemas de costeo adecuados, la identificación de costos ocultos y la implementación de un sistema de costos basado en actividades como estrategias esenciales para abordar los desafíos en la gestión de costos operativos en empresas de lavandería. Estas prácticas contribuyen a una gestión financiera más efectiva y a una mayor competitividad en el mercado.

3.2.25.2. Competencia desleal y su impacto en precios

Según Negrete (2016), analiza la incidencia de la competencia desleal en el mercado y su repercusión en la fijación de precios. El autor concluye que tales prácticas pueden generar distorsiones en el mercado, permitiendo que algunas empresas establezcan precios artificialmente bajos, lo que afecta a aquellas que operan dentro de los márgenes legales y éticos. Esta situación no solo afecta a las empresas de lavandería que cumplen con las normativas, sino que también puede inducir a una disminución de la calidad del servicio, ya que las empresas pueden verse presionadas a reducir costos de manera insostenible para poder competir.

En cuanto a Delgado (2020), el autor se centra en los efectos de los actos de confusión en la lealtad del cliente y la fijación de precios en el sector de servicios. Argumenta que la confusión entre marcas o servicios puede propiciar una competencia

desleal que altera la percepción del valor por parte del consumidor. Esto puede derivar en una guerra de precios, donde las lavanderías se vean obligadas a bajar sus precios para mantener su cuota de mercado, lo que, a largo plazo, podría afectar su rentabilidad y sostenibilidad.

En conjunto, los estudios revisados evidencian que la competencia desleal impacta de manera directa en la fijación de precios en las empresas de servicios de lavandería. Las prácticas desleales no solo distorsionan el mercado y afectan la calidad del servicio, sino que también fomentan una guerra de precios que perjudica tanto a las empresas como a los consumidores.

3.2.25.3. Falta de información en el mercado de lavandería

Según Ruiz et al. (2019), investigan cómo la falta de información sobre precios puede influir en las decisiones de los agentes económicos dentro del mercado agrícola. Aunque el enfoque principal se refiere a la manzana, los hallazgos son aplicables también al sector de lavandería. Los autores concluyen que la ausencia de datos precisos sobre precios puede conducir a decisiones erróneas por parte de consumidores y proveedores, lo que resulta en una fijación de precios ineficiente. Este estudio sugiere que una mayor disponibilidad de información podría mejorar la transparencia en el mercado de lavandería y propiciar una determinación de precios más equitativa.

Por otro lado, Hurtado et al. (2016), abordan la relevancia de la información en la fijación de precios dentro de un mercado específico. Aunque su investigación se centra en el sector energético, destacan que la falta de datos precisos puede dar lugar a estimaciones incorrectas de precios. Los autores concluyen que la implementación de sistemas basados en inteligencia artificial para el análisis de datos puede asistir a las empresas en la definición de precios más competitivos y ajustados a las condiciones reales del mercado. Este enfoque

resulta relevante también para las empresas de lavandería, donde la carencia de información sobre costos y precios puede afectar su capacidad para competir eficientemente.

Asimismo, Tadeo et al. (2021), examinan el impacto de la falta de información sobre la diferenciación de productos en la dispersión de precios. Los autores concluyen que una escasa diferenciación y la falta de conocimiento sobre las características de los servicios pueden llevar a una competencia centrada exclusivamente en los precios, lo cual puede perjudicar a las empresas de lavandería que ofrecen servicios de mayor calidad. Este estudio subraya la importancia de que las empresas de lavandería comuniquen de manera efectiva sus ventajas competitivas para evitar la erosión de precios y mejorar su posicionamiento en el mercado.

En conclusión, los estudios revisados resaltan que la falta de información en el mercado de lavandería puede tener efectos perjudiciales en la fijación de precios. La disponibilidad de datos precisos y la comunicación clara sobre las características de los servicios son factores clave para mejorar la transparencia del mercado y fomentar una competencia más justa.

3.2.25.4. Efectos de la inflación en la fijación de precios

Según Espinoza (2023), se examina los efectos de los choques de precios internacionales sobre la inflación en el Perú y su impacto en la fijación de precios en diversos sectores, incluidos los servicios. El autor concluye que la inflación influye directamente en la capacidad de las empresas para establecer precios competitivos. En el contexto de las lavanderías, el aumento de los costos operativos debido a la inflación puede obligar a ajustar los precios de los servicios, lo que a su vez afecta tanto la demanda como la rentabilidad de las empresas.

Por otro lado, Espinosa-Dussán et al. (2001), analizan cómo la inflación impacta la duración de los precios en el mercado. Los autores concluyen que, en períodos de alta

inflación, los precios tienden a ajustarse con mayor frecuencia, lo que puede generar incertidumbre tanto para consumidores como para proveedores de servicios de lavandería. Esta volatilidad en la fijación de precios dificulta la planificación financiera y la estrategia de precios de las empresas, afectando su competitividad en el mercado.

Asimismo, Burriel et al. (2024), examinan en el contexto europeo, proporcionan perspectivas sobre cómo los cambios en los precios de la energía influyen en la inflación y, en consecuencia, en la fijación de precios en el sector de servicios. Los autores concluyen que los incrementos en los precios de la energía se trasladan con mayor rapidez a los precios de los servicios que las disminuciones, lo que puede resultar en un aumento sostenido de los precios en sectores como el de lavandería, impactando la percepción del consumidor y la demanda.

En resumen, los estudios revisados destacan que la inflación afecta directamente la fijación de precios en el sector de servicios de lavandería. Los aumentos en los costos operativos, la volatilidad en la fijación de precios y la asimetría en la traslación de costos son factores clave que las empresas deben considerar para mantener su competitividad y rentabilidad en un entorno inflacionario.

3.2.26. Soluciones Propuestas

3.2.26.1. Implementación de un sistema de gestión de costos en empresas de lavandería

Según Sinchi-Morocho et al. (2020), aborda la relevancia de contar con un sistema de costos eficiente en la industria. Aunque el enfoque principal se centra en el sector textil, los hallazgos pueden aplicarse igualmente a las empresas de lavandería. Los autores señalan que la falta de un sistema contable adecuado dificulta la identificación precisa de los componentes de los costos, lo que afecta la toma de decisiones. La implementación de un

sistema de costos basado en actividades permite a las empresas registrar de manera correcta sus costos, lo que optimiza la gestión financiera y contribuye a mejorar la rentabilidad.

Por su parte, Cevallos (2020), analiza cómo un sistema de gestión de costos impacta la eficiencia operativa de las empresas. El autor concluye que la implementación de un sistema de gestión de costos no solo facilita el control de los gastos, sino que también proporciona información estratégica que apoya la toma de decisiones. Este enfoque resulta relevante para las empresas de lavandería, donde una adecuada gestión de costos puede mejorar la competitividad y sostenibilidad del negocio.

En igual medida, Yaguas (2022), ofrece una solución práctica para la gestión de costos en empresas de servicios. El autor propone el uso de Power Pivot y otras herramientas de Excel para desarrollar un sistema que permita calcular y visualizar de manera interactiva los costos operativos. La implementación de este tipo de sistemas facilita la identificación de costos fijos y variables, lo que es esencial para la planificación y control financiero en las empresas de lavandería.

En conjunto, los estudios revisados subrayan la importancia de adoptar un sistema de gestión de costos en las empresas de lavandería. La implementación de sistemas adecuados permite una mejor identificación y control de los costos, lo que aporta a una gestión financiera más eficiente y favorece la mejora del nivel de competencia en el mercado.

3.2.26.2. Capacitación en estrategias de fijación de precios

Peña et al. (2022), abordan la relevancia de la capacitación en la gestión empresarial, específicamente en la fijación de precios. Los autores sostienen que la formación en liderazgo y resolución de problemas es esencial para que los directores de micro y pequeñas empresas, como las de lavandería, implementen estrategias de precios eficaces. Un enfoque adecuado de capacitación facilita que los líderes gestionen con mayor eficacia a sus equipos

y tomen decisiones informadas, lo que repercute de manera positiva en la rentabilidad y competitividad de las empresas.

Cuestas (2001), por su parte, realiza un análisis exhaustivo sobre el desarrollo de estrategias efectivas de fijación de precios. En sus conclusiones, el autor resalta que la capacitación en marketing y la comprensión de los factores que influyen en los precios son esenciales para que las lavanderías se adapten con éxito a las condiciones del mercado y maximicen sus ingresos. Este estudio destaca la importancia de que las empresas inviertan en la formación de su personal para fortalecer su capacidad de respuesta frente a los cambios en el entorno competitivo.

Asimismo, Ollivier et al. (2012), analizan la influencia de la capacitación del personal en el desempeño organizacional e innovación. Los autores concluyen que la formación no solo incrementa las habilidades del personal, sino que también fomenta un entorno favorable para la implementación de nuevas estrategias, incluidas las relacionadas con la fijación de precios. Este hallazgo es pertinente para las empresas de lavandería, ya que una fuerza laboral capacitada puede contribuir a la formulación de estrategias de precios más efectivas y alineadas con las demandas del mercado.

En conjunto, los estudios revisados subrayan la necesidad de la capacitación en la fijación de precios dentro de las empresas de lavandería. La formación en liderazgo, marketing y habilidades específicas capacita a estas empresas para adaptarse con mayor eficacia a las condiciones del mercado, lo que, a su vez, fortalece su competitividad.

3.2.26.3. Análisis de mercado para establecer precios competitivos

Mackay-Castro et al. (2023), investigan el impacto de las estrategias de marketing, influenciadas por la inteligencia artificial, en la capacidad de las empresas para fijar precios competitivos. Los autores sostienen que la inteligencia artificial facilita el estudio de patrones de consumo y tendencias del mercado, lo que permite identificar precios óptimos

que equilibran las expectativas de los consumidores y los objetivos empresariales. Este enfoque analítico mejora la comprensión del comportamiento del consumidor y contribuye a la formulación de estrategias de precios más precisas y eficaces.

Por su parte, Sánchez-Romeu y Rattia (2015), analizan cómo las empresas responden a los cambios en la oferta y demanda. Mediante una encuesta aplicada a 1,138 empresas mexicanas, los autores concluyen que las empresas suelen emplear una combinación de estrategias, como la reducción de costos, para moderar los ajustes en los precios y la producción. Este enfoque es relevante para las lavanderías, pues les permite adaptarse a las fluctuaciones del mercado y mantener precios competitivos sin afectar la calidad del servicio.

En paralelo, Cuestas (2001), realiza una revisión de las teorías y prácticas vinculadas a la fijación de precios en marketing. El autor destaca que las decisiones sobre precios deben alinearse con las condiciones cambiantes del mercado y las expectativas del consumidor. Además, explora diversas estrategias de precios que las empresas pueden adoptar para maximizar sus beneficios y captar la atención del consumidor. Esta revisión es esencial para comprender cómo las empresas de lavandería pueden establecer precios competitivos en un entorno de mercado altamente saturado.

En conjunto, los estudios revisados proporcionan una base sólida para entender cómo las empresas de lavandería pueden utilizar el análisis del mercado y distintas estrategias de precios para fijar tarifas competitivas, adaptándose a las dinámicas del mercado y las expectativas de los consumidores. No obstante, es necesario realizar una revisión más profunda de las fuentes para garantizar la aplicabilidad y relevancia de estos enfoques en el sector de lavandería.

3.2.26.4. Desarrollo de políticas de precios flexibles

Maestre et al. (2023), analizan cómo las pequeñas y medianas empresas (Pymes) establecen sus políticas de precios. La investigación revela que la mayoría de las empresas encuestadas realizan ajustes anuales en sus tarifas, siendo el costo el factor interno más relevante y el comportamiento de la oferta y la demanda el factor externo más influyente. Este estudio sugiere que las empresas de lavandería podrían beneficiarse de un enfoque más flexible en la fijación de precios, ajustando sus tarifas de acuerdo con las condiciones del mercado y las expectativas de los clientes, lo que podría potenciar su competitividad en un entorno dinámico

Por su parte, Martínez-Jiménez et al. (2020), exploran cómo las políticas de control de oferta pueden afectar la estabilidad de precios en el mercado. Aunque su enfoque principal se centra en el sector agrícola, las conclusiones son igualmente aplicables a las lavanderías. El estudio sugiere que la implementación de políticas que regulen la oferta de servicios puede ayudar a mitigar la volatilidad en los precios. Así, las empresas de lavandería podrían considerar estrategias similares para ajustar sus precios según la demanda y las condiciones del mercado.

Además, García-Arca et al. (2011), discuten la relevancia de adoptar políticas integradas para mejorar la competitividad empresarial. Aunque su análisis se enfoca en la infraestructura industrial, destacan la importancia de implementar estrategias de precios flexibles que respondan a las fluctuaciones del mercado. Este concepto es aplicable a las empresas de lavandería, donde la capacidad de ajustar precios según la demanda y la competencia puede ser determinante para su éxito en un entorno empresarial altamente competitivo.

En conjunto, los estudios analizados proporcionan un marco para comprender cómo las empresas de lavandería pueden desarrollar políticas de precios flexibles que se adapten

tanto a las condiciones del mercado como a las expectativas del cliente. La implementación de estrategias que consideren factores internos y externos puede contribuir a fortalecer la competitividad y sostenibilidad de estas empresas.

3.2.27. Relación entre costos operativos y fijación de precios

Según Barona-López et al. (2024), se aborda la influencia de los costos de producción en la estrategia de fijación de precios de las empresas. Los autores concluyen que una comprensión precisa de los costos operativos permite a las empresas fijar precios que no solo cubran los gastos, sino que también aseguren un margen de ganancia. La investigación resalta el papel fundamental de la contabilidad de costos como herramienta esencial para la toma de decisiones estratégicas en la fijación de precios.

Por su parte, Vargas (2022), presenta un modelo matemático que vincula los costos operativos con la fijación de precios en el sector del transporte. El autor concluye que la integración de los costos operativos en la estimación de precios es crucial para garantizar la viabilidad económica de las operaciones. Este enfoque cuantitativo permite a las empresas establecer precios que reflejan de manera adecuada los costos asociados, mejorando así su competitividad en el mercado.

En un análisis similar, Maestre et al. (2023), examinan los factores que repercuten en la fijación de precios en pequeñas y medianas empresas. Los autores concluyen que los costos operativos son uno de los factores internos más relevantes en la determinación de precios, junto con el comportamiento de la oferta y la demanda. La investigación destaca la importancia de que las PYMEs consideren sus costos operativos al establecer precios, con el fin de asegurar una adecuada participación en el mercado.

En conjunto, estos estudios ofrecen una perspectiva integral sobre la relación entre los costos operativos y la fijación de precios, enfatizando la importancia de la contabilidad

de costos, el uso de modelos matemáticos y la consideración de factores internos en el desarrollo de estrategias de precios.

3.2.28. Lavandería asociación de servicios múltiples Accopugio - ASERMAC

3.2.28.1. Identificación de la Empresa

Asociación de servicios múltiples Accopugio - ASERMAC es una asociación jurídica legalmente constituida identificada con RUC 20610263217, dedicada al sector servicios, específicamente en lavandería y servicios conexos. Se encuentra ubicada en el centro poblado Challhuahuacho, provincia de Cotabambas, región Apurímac. Actualmente viene representada por la Sra. Mirian Enríquez Escudero. ASERMAC fue fundada en 15 de noviembre del 2022, y desde entonces ha consolidado una base de clientes que demanda servicios de alta calidad y confiabilidad en el mercado local.

3.2.28.2. Actividad económica principal

La Asociación se especializa en la prestación de servicios de lavandería dirigidos tanto a clientes residenciales como comerciales. Entre sus servicios destacan lavado, secado, planchado y entrega a domicilio. Su mercado objetivo incluye sectores estratégicos como empresas mineras y hoteles ubicados en la región de Cotabambas. Actualmente opera principalmente en el ámbito local, con planes de expansión hacia zonas aledañas.

3.2.28.3. Estructura organizacional

Asociación de servicios múltiples Accopugio - ASERMAC funciona como una asociación conformada por 25 socios que laboran de manera rotativa. La organización adopta una estructura funcional, con áreas clave que incluyen administración, operaciones, atención al cliente y logística.

3.2.28.4. Situación financiera y operativa actual

En el último periodo, la empresa ha registrado un crecimiento sostenido en sus ingresos, pese a enfrentar presiones inflacionarias y un incremento en los costos operativos.

Utiliza tecnologías convencionales en sus procesos, pero se encuentra en búsqueda constante de mejoras para optimizar la eficiencia y reducir gastos. Uno de los mayores retos actuales es el aumento en los costos de insumos y servicios básicos, lo cual impacta negativamente en la rentabilidad y requiere un análisis detallado para ajustar su estrategia de fijación de precios.

3.2.28.5. Justificación de la selección de la empresa

Asociación de servicios múltiples Accopugio - ASERMAC fue seleccionada como unidad de análisis por su relevancia en el sector servicios y por enfrentar problemáticas específicas relacionadas con el incremento de costos operativos y la necesidad de optimizar su estrategia de fijación de precios. Su estudio permitirá generar recomendaciones prácticas orientadas a mejorar su competitividad y sostenibilidad en un entorno económico desafiante.

3.2.28.6. Contexto del mercado y competencia

El mercado regional de servicios de lavandería presenta una competencia moderada, con diversas empresas pequeñas y medianas que ofrecen servicios similares. Los competidores se diferencian principalmente por precio, calidad del servicio y alcance geográfico. Factores externos como la inflación, la variación en los precios de insumos y las regulaciones locales inciden directamente en la operatividad de estas empresas, generando retos significativos para mantener la rentabilidad y la fidelización de clientes.

3.3. Definición de términos

3.3.1. Ajustes por Costos:

Los ajustes por costos son modificaciones realizadas a los precios establecidos en respuesta a cambios en los costos operativos o en el ambiente de mercado. Estos ajustes son cruciales para mantener la rentabilidad y asegurar que los precios reflejen la realidad económica del servicio ofrecido por la lavandería (Maestre et al., 2023).

3.3.2. *Análisis de costos:*

Es el procedimiento mediante el cual se evalúan detalladamente los costos asociados con las operaciones de una empresa. Este análisis ayuda reconocer áreas de mejora y tomar decisiones informadas en cuanto a la fijación de precios (Martínez-Daza, 2022; Cuestas, 2001).

3.3.3. *Análisis de mercado:*

Es el estudio de las condiciones del mercado, que incluye aspectos como la competencia, la demanda y las tendencias del consumidor. Este análisis es esencial para tomar decisiones estratégicas relacionadas con la fijación de precios (Vistín, 2024; Acetta et al., 2022).

3.3.4. *Competitividad:*

Se refiere a la capacidad empresarial para atender las necesidades del mercado que resulten más atractivos que los de sus competidores. La competitividad se ve influenciada por la estrategia de precios, la calidad del servicio y la innovación (Vistín, 2024; Acetta et al., 2022).

3.3.5. *Competitividad y percepción del mercado:*

La competitividad se refiere a la potencial de una lavandería para ofrecer mejores servicios o precios en comparación con sus competidores. La percepción del mercado está vinculada a cómo los clientes valoran los servicios de la lavandería en relación con su costo, lo que influye en decisiones de compra y lealtad del cliente (Badilla y Villalobos, 2024).

3.3.6. *Costos:*

Hansen y Mowen (2007) definen que “es el efectivo o equivalente de efectivo que se sacrifica para obtener bienes y servicios que se espera que aporten un beneficio actual o futuro para la organización” (p. 236).

3.3.7. Costos de insumos directos:

Son un subconjunto de los costos directos y se refieren específicamente a todos los materiales que son necesarios para la operación directa de la lavandería. Esto puede incluir los productos químicos de limpieza y el costo de agua y energía utilizados directamente en el proceso de lavado (Maestre et al., 2023).

3.3.8. Costos de insumos indirectos:

Los costos de insumos indirectos son aquellos que no pueden ser vinculados directamente a un bien o servicio en particular, pero son esenciales para la operación general de la lavandería. Esto podría incluir suministros de oficina y herramientas de limpieza de las instalaciones (Bautista et al., 2024).

3.3.9. Costos de mano de obra directa:

Estos costos corresponden a los salarios y beneficios pagados a los colaboradores que están directamente relacionados en la prestación del servicio en la lavandería. Incluyen los pagos a los lavadores y a aquellos que manejan la maquinaria (Neme-Castillo et al., 2021).

3.3.10. Costos de mano de obra indirecta:

Similar a los costos de insumos indirectos, estos son los costos asociados a la mano de obra que no es directamente responsable de la producción, como los salarios del personal administrativo. Son esenciales para el funcionamiento general del establecimiento, aunque no afectan directamente cada transacción de lavandería (Bautista et al., 2024).

3.3.11. Costos de operación:

Hace referencia a los gastos necesarios para el desarrollo de las actividades cotidianas de una empresa, que incluyen tanto costos fijos como variables. Estos costos son esenciales para la prestación de servicios y determinan la rentabilidad, así como la estrategia de precios de la empresa (Martínez-Daza, 2022; Cuestas, 2001).

3.3.12. Costos de servicios:

Los costos considerados incluyen tanto los gastos directos como los indirectos, incorporando un margen de beneficio razonable. En consecuencia, las tarifas pueden variar entre distintos transportistas, dado que los costos asociados a la prestación del servicio difieren según la estructura de cada empresa y los recursos requeridos para su operación (Fernández, 2017).

3.3.13. Costos directos:

Los costos directos son aquellos gastos que pueden asociarse directamente a la producción de un bien o servicio. En una lavandería, esto incluye costos como detergentes, suavizantes y el mantenimiento de las máquinas utilizadas específicamente para la limpieza (Neme-Castillo et al., 2021).

3.3.14. Costos fijos:

Los costos fijos son aquellos costos que no varían de acuerdo al volumen de producción (Gutiérrez-Castañeda y Duque-Roldán, 2014).

3.3.15. Costos indirectos:

Los costos indirectos de fabricación corresponden a aquellos gastos que participan en la producción de un bien terminado pero que no pueden identificarse directamente como materia prima ni como mano de obra directa. Estos costos abarcan recursos necesarios para la operación del proceso productivo que, aunque esenciales, no se asignan de manera individual a un producto específico. (Gutiérrez-Castañeda y Duque-Roldán, 2014).

3.3.16. Costos variables:

Los costos variables son aquellos que cambian en función del volumen de bienes o servicios que la empresa produce, de modo que a medida que aumenta la producción, también se incrementa el valor total de estos costos. Estos gastos reflejan directamente la

relación entre la cantidad producida y los recursos consumidos en el proceso productivo (Merlo et al., 2013).

3.3.17. Estrategia cooperativa:

Implica la colaboración entre diferentes actores, como proveedores y minoristas, para optimizar los costos y mejorar la competitividad. Esta estrategia puede resultar especialmente relevante en sectores como el de los servicios de lavandería, donde los costos de los insumos son significativos (Martínez-Daza, 2022; Vistín, 2024).

3.3.18. Estrategia de precios basada en costos:

Consiste en un enfoque en el que los precios se establecen adicionando un margen de utilidad a los costos de producción. Este método es común en industrias donde los costos son fácilmente identificables y cuantificables (Cuestas, 2001; Maestre et al., 2023).

3.3.19. Estrategia de precios:

Se refiere al enfoque general adoptado por una empresa para establecer los precios de sus productos o servicios. Las estrategias pueden incluir precios basados en los costos, precios competitivos o precios orientados al valor, y son fundamentales para maximizar los ingresos y la participación de mercado (Cuestas, 2001; Maestre et al., 2023).

3.3.20. Estrategias de marketing:

Son planes diseñados para promover y vender productos o servicios, los cuales pueden incluir tácticas de fijación de precios, promociones y comunicación con los consumidores (Calvo et al., 2022; Guevara y Leyva, 2021).

3.3.21. Fijación de precios:

Es el proceso mediante el cual una entidad establece el precio de que ofrece. Este proceso está influido por diversos factores, tales como los costos de operación, la competencia y la percepción de valor por parte de los consumidores (Cuestas, 2001; Maestre et al., 2023).

3.3.22. Influencia de la demanda en los precios:

La demanda en el mercado se refiere a la cantidad de un servicio que los clientes están dispuestos a comprar a un precio determinado. En el sector de lavanderías, los cambios en la demanda pueden llevar a ajustes en los precios, ya que un incremento en la demanda podría justificar precios más altos, mientras que una demanda baja podría requerir descuentos o precios competitivos para atraer consumidores (Badilla y Villalobos, 2024).

3.3.23. Logística entrante:

Hace referencia a la gestión de la recepción y almacenamiento de los insumos necesarios para las operaciones de la empresa. Una logística eficiente puede reducir los costos y mejorar la rentabilidad (Martínez-Daza, 2022; Cuestas, 2001).

3.3.24. Margen de rentabilidad:

El margen de utilidad corresponde a la diferencia entre los ingresos obtenidos por la venta de productos o servicios y los costos vinculados a su producción y operación. Este indicador refleja la salud financiera de la empresa y su capacidad para sostenerse y competir en el mercado. (Martínez-Daza, 2022; Maestre et al., 2023).

3.3.25. Métodos de fijación de precios:

Las estrategias de fijación de precios son los métodos que emplean las empresas para establecer el valor de sus bienes o servicios. Estas pueden incluir el cost-plus pricing (precio más el costo), la fijación de precios por competencia, y la fijación basada en el valor percibido por el cliente. Cada método presenta ventajas y desventajas según el contexto específico de la lavandería y su mercado objetivo (Maestre et al., 2023).

3.3.26. Sensibilidad al precio:

Se refiere al grado en que la demanda de un producto o servicio varía en respuesta a modificaciones en su precio. Comprender esta sensibilidad es esencial para el diseño de estrategias de fijación de precios efectivas (Agustín et al., 2021; Maestre et al., 2023).

3.3.27. Servicio:

Según Kotler, un servicio se define como cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra. Por su naturaleza, el servicio es esencialmente intangible y no puede ser poseído; consiste en acciones o procesos que satisfacen necesidades específicas de los clientes. Los servicios representan una forma de producto compuesta por actividades, beneficios o satisfacciones ofrecidos para la venta, caracterizándose principalmente por su intangibilidad, ya que no generan la transferencia de propiedad de un bien (Kotler y Armstrong, 2008).

3.3.28. Valor percibido:

Es la evaluación realizada por el consumidor sobre la utilidad o beneficio que recibe de un bien o servicio en relación con su costo. Este concepto resulta clave en la fijación de precios, dado que un alto valor percibido puede justificar el establecimiento de precios más altos (Herrera, 2020; Agustín et al., 2021).

IV. Metodología

4.1. Tipo y nivel de investigación

4.1.1. Tipo de investigación

La investigación adopta un tipo de investigación básico, dado que su objetivo principal es generar conocimiento teórico sobre la relación de los costos operativos y la fijación de precios en el servicio de lavandería de la asociación de servicios múltiples Accopugio durante el año 2024. De acuerdo con Hernández et al. (2014), la investigación básica tiene como propósito principal el desarrollo y ampliación de teorías a través del análisis de fenómenos y sus interrelaciones, sin buscar aplicaciones prácticas inmediatas. En este caso, el estudio examina esta relación con el fin de aportar al cuerpo de conocimiento en el ámbito de la gestión de costos y precios en servicios.

Este enfoque básico resulta adecuado, ya que, aunque los resultados puedan tener relevancia práctica para la asociación, el objetivo principal es proporcionar un marco conceptual que sirva de base para investigaciones posteriores.

4.1.2. Nivel de investigación

El nivel de la investigación es descriptivo-correlacional, ya que, en una primera etapa, se describen las características de los costos operativos y de la fijación de precios en la asociación de servicios múltiples Accopugio, y, en una segunda etapa, se analiza la relación existente entre ambas variables.

Según Tamayo (2003), la investigación descriptiva tiene como propósito identificar y detallar las propiedades y características de los fenómenos en estudio. En ese sentido, el componente descriptivo permite caracterizar el comportamiento de las variables, mientras que el componente correlacional posibilita determinar el grado de asociación entre los costos operativos y la fijación de precios, sin establecer relaciones de causalidad.

4.1.3. Enfoque y método de investigación

El enfoque cuantitativo se seleccionó para esta investigación, ya que se busca medir la relación entre los costos operativos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la asociación de servicios múltiples Accopugio (ASERMAC). Este enfoque permite recolectar datos numéricos y aplicar análisis estadísticos para identificar patrones y relaciones entre las variables estudiadas.

El método no experimental es adecuado porque se observa la situación tal como ocurre, sin manipular las variables, lo que permite analizar los factores en su contexto real. Además, se empleó un diseño transversal, ya que se analizarán las variables en un único punto temporal, en el año 2024, proporcionando una visión precisa de la relación entre los costos y los precios en ese periodo.

Este enfoque y método garantizan un análisis riguroso y una interpretación objetiva de los datos, lo que facilita la toma de decisiones para mejorar la gestión de costos y precios en el servicio de lavandería.

4.1.4. Diseño de investigación

La investigación se desarrolló bajo un diseño no experimental y transversal, adecuado para el objetivo de determinar la relación entre los costos operativos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la asociación de servicios múltiples Accopugio (ASERMAC), ubicada en Challhuahuacho, Apurímac, durante 2024.

4.1.5.1. Justificación de diseño

El diseño no experimental fue adecuado porque no se manipularon las variables, sino que se observaron tal como ocurrieron en su contexto natural. Esto permitió realizar un análisis descriptivo de la relación entre los costos operativos y los precios del servicio sin intervenir en los procesos de la asociación (Hernández & Mendoza, 2018). Además, el diseño transversal fue apropiado, ya que se realizó una medición en un solo punto temporal (2024), lo que permitió analizar la situación actual.

4.2. Ámbito temporal y espacial

4.2.1. Ámbito temporal

Esta investigación abarca el año 2024, período durante el cual se analizaron los costos operativos y la fijación de precios del servicio de lavandería de la asociación de servicios múltiples Accopugio (ASERMAC). Este marco temporal es relevante porque permitió evaluar la situación actual de la asociación, considerando las condiciones socioeconómicas y operativas vigentes. El año 2024 fue crucial para entender los costos y estrategias de precios, ya que se buscó generar recomendaciones basadas en las dinámicas actuales del mercado y los servicios de lavandería en el contexto local. Este enfoque asegura que los resultados sean pertinentes y aplicables en el corto plazo para mejorar la competitividad y eficiencia de la asociación.

4.2.2. Ámbito espacial

La investigación se desarrolla en el distrito de Challhuahuacho, ubicado en la provincia de Cotabambas, departamento de Apurímac, Perú. Este distrito fue elegido debido a que alberga la asociación de servicios múltiples Accopugio (ASERMAC), que ofrece servicios de lavandería, foco principal del estudio.

Challhuahuacho es una zona estratégica por su relevancia económica en el contexto rural de Apurímac, con una población que depende de servicios esenciales como la

lavandería. La elección de este lugar responde a la necesidad de analizar cómo los factores socioeconómicos y geográficos impactan los costos operativos y la fijación de precios. Este análisis busca aportar soluciones para mejorar la competitividad y optimización de costos del servicio de lavandería.

4.3. Población y muestra

4.3.1. Población

La población objeto de estudio estuvo compuesta por los 25 colaboradores de la asociación de servicios múltiples Accopugio que participan en el servicio de lavandería. Esto incluye tanto al personal operativo como administrativo que está directamente involucrado en la gestión de costos operativos y en la estrategia de fijación de precios. La elección de esta población responde a su vínculo directo con el problema de investigación, lo que asegura la relevancia y precisión de la información obtenida.

Tabla 3*Población de la asociación de servicios múltiples Accopugio*

Ítem	Apellidos Y Nombres	DNI
1	Arzapalo Fuentes Michelle Emily	74430095
2	Becerra Abal Carlos	24004744
3	Benito Enríquez Nancy	76429444
4	Carrasco Ccasa Robin	73185794
5	Casilla Quispe Víctor Acner	75776911
6	Chalco Arias Albert	48365444
7	Chumbes Reaño Ana María	73313514
8	Enríquez Escudero Eloy	46622272
9	Enríquez Escudero Mirian	48136940
10	Enríquez Huamani Jorge	44825802
11	Escudero Cabrera Santos	80003784
12	Farfán Quispe Cristopher Apolo	73569466
13	Gutiérrez Cjanahuire Jhoel Santos	48775862
14	Huallpa Chacon Roger Álvaro	73821641
15	Huamani Córdova Ana Bella	73978141
16	Huamani Saldívar Hermógenes	31434371
17	Jancco Condori Ernesto	48070234
18	León Córdova Yanet	73637759
19	Letona Lima Reyna	47121108
20	Osorio Qolquehuanca Alicia	47562312
21	Quecaño Tunquipa John Willian	71115183
22	Quispe Tumile Edwin	74486947
23	Saldívar Lima María Magdalena	40668719
24	Saldívar Lima Regina	25850815
25	Vivanco Enríquez Sonia	43700293

Nota: Relación de socios activos en el año 2024 - Fuente: Elaboración propia con base en la información de Asermac (2024).

4.3.2. Muestra

Dado que la población está integrada por un total de 25 colaboradores, se optó por una muestra censal, es decir, se incluirá a toda la población en el estudio. Según Hernández et al. (2014), cuando la población es pequeña (menos de 50 individuos), el uso del muestreo censal es adecuado para garantizar la representatividad de los datos y minimizar posibles errores muestrales.

4.3.2.1. Criterios de inclusión y exclusión

a) Criterios de inclusión:

- Colaboradores activos durante el año 2024.
- Personal vinculado directamente al servicio de lavandería y la gestión de costos operativos.
- Personal administrativo que participa en la estrategia de fijación de precios.

b) Criterios de exclusión:

- Colaboradores que no desempeñen funciones relacionadas con costos operativos o precios.
- Miembros que no podrán participar por ausencia laboral durante el periodo de recolección de datos.
- La elección de esta muestra asegura que todas las perspectivas y datos relevantes del personal directamente involucrado en la gestión de costos y fijación de precios sean considerados.

4.3.3. Muestreo

Se utilizó un muestreo no probabilístico de tipo censal, el cual resulta adecuado dada la pequeña dimensión de la población. Este enfoque permite incluir a todos los miembros de la población, lo que garantiza que los resultados reflejen de manera precisa las características de la totalidad del grupo, asegurando así la representatividad de los datos.

4.4. Instrumentos y técnicas

La elección de las técnicas e instrumentos de recolección de datos está determinada por el diseño metodológico de la investigación, que es de naturaleza descriptivo-correlacional, no experimental, transversal y con enfoque cuantitativo. Este enfoque requiere la utilización de métodos que faciliten la obtención de datos tanto cuantitativos, que permite un análisis exhaustivo de la relación entre los costos operativos y la fijación de precios de servicio de lavandería en la asociación de servicios múltiples Accopugio.

De acuerdo con Hernández et al. (2014), las técnicas seleccionadas deben estar estrechamente vinculadas con los objetivos del estudio y su diseño, asegurando la coherencia y consistencia metodológica.

4.4.1. Técnicas de recolección de datos

a) La encuesta estructurada:

Esta técnica ha sido adecuada para la obtención de datos cuantitativos de manera sistemática, ya que permitió medir variables relacionadas con los costos operativos y las estrategias de fijación de precios. El instrumento está compuesto por preguntas cerradas, organizadas en escalas de medición como la de Likert, lo que facilitó la recopilación de percepciones y datos específicos del personal operativo y administrativo.

b) Análisis documental:

Se llevó a cabo la recolección de registros de datos financieros (Estado de Costos) de la asociación con el fin de analizar los costos operativos. Según Hernández et al. (2014), el análisis documental constituye una técnica relevante para investigaciones descriptivas correlacionales, ya que proporciona información objetiva que complementa y valida los datos obtenidos a través de otros instrumentos.

4.4.2. Instrumentos de recolección de datos

a) Cuestionario:

El cuestionario fue diseñado para la aplicación de encuestas estructuradas dirigidas al personal de la asociación de servicios múltiples Accopugio – ASERMAC. Este instrumento estuvo conformado por ítems cerrados, elaborados en función de las dimensiones e indicadores de las variables en estudio (ver Anexo 2).

b) Ficha de análisis documental:

La ficha de análisis documental (información adicional) fue diseñada para organizar y sistematizar la información obtenida de los documentos financieros registrados en cuadernos y archivos administrativos de la asociación. Este instrumento permitió estructurar los costos operativos del servicio de lavandería y desarrollar su correspondiente análisis, facilitando la identificación, clasificación y verificación de los componentes del costo.

Asimismo, la aplicación de este instrumento, en conjunto con las demás técnicas de recolección de datos, permitió obtener una visión integral del problema de investigación. La combinación de información cuantitativa proveniente de los registros documentales y de información procedente de los instrumentos aplicados garantizó un análisis más completo de la relación entre los costos operativos y la fijación de precios, en coherencia con los objetivos y el diseño metodológico del estudio.

4.4.3. Validación de los instrumentos

La validación de los instrumentos tiene como finalidad asegurar que estos sean adecuados para medir las variables definidas en el estudio. En este caso, se ha utilizado la validez de contenido para evaluar la pertinencia, claridad y coherencia de los ítems tanto del cuestionario, como en análisis documental. Según Hernández et al. (2014), este tipo de validación es fundamental en investigaciones descriptivas - correlacionales, ya que garantiza que los instrumentos reflejen de manera precisa el contenido del fenómeno investigado.

El proceso de validación se llevó a cabo mediante un juicio de expertos, compuesto por tres profesionales con experiencia en costos operativos y estrategias de fijación de precios. Estos evaluaron los instrumentos en términos de su relevancia y claridad, realizando los ajustes pertinentes en las preguntas según sea necesario. Además, se llevó a cabo una prueba piloto con una muestra reducida de participantes, ajenos a la población final, con el fin de identificar y corregir posibles ambigüedades o errores en los instrumentos.

4.4.4. *Confiabilidad de los instrumentos*

La confiabilidad de los instrumentos ha sido evaluada con el fin de garantizar la consistencia de los datos recolectados. En el caso del cuestionario, se empleó el coeficiente alfa de Cronbach, una técnica estadística adecuada para medir la consistencia interna de los instrumentos con preguntas cerradas. Se considerará aceptable un valor de alfa superior a 0,7, conforme a los criterios establecidos en la literatura especializada.

Tabla 4

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.726	25

Nota. Elaborado con datos del cuestionario - Fuente: SPSS Statistics 25.

Interpretación: La fiabilidad del instrumento se evaluó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, con el propósito de determinar la consistencia interna del cuestionario aplicado en la investigación titulada “Costos operativos y fijación de precios de servicios de lavandería en la asociación de servicios múltiples Accopugio – ASERMAC – Challhuahuacho – Apurímac, 2024”.

El análisis se realizó sobre 25 ítems, obteniéndose un valor de $\alpha = 0.726$, lo que evidencia un nivel de fiabilidad aceptable. Este resultado indica que los ítems presentan una adecuada coherencia interna y miden de forma consistente las variables costos operativos y fijación de precios.

Conforme a los criterios metodológicos, un Alfa de Cronbach superior a 0.70 es suficiente para investigaciones de nivel correlacional. En consecuencia, se concluye que el instrumento es fiable y apto para la recolección de datos y el análisis de la relación entre las variables de estudio.

4.5. Procedimiento

El procedimiento de investigación se desarrolló en las siguientes etapas:

Revisión Bibliográfica: Se realizó una revisión de la literatura sobre costos operativos y fijación de precios en servicios de lavandería, con el fin de sustentar teóricamente el estudio.

Diseño del Instrumento: Se diseñó una encuesta estructurada con preguntas cerradas sobre costos y precios. El instrumento fue validado por expertos en el área.

Selección de la Muestra: Se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando a los responsables de costos y precios en ASERMAC.

Recolección de Datos: Se aplicó la encuesta a los responsables del servicio de lavandería en ASERMAC durante 2024.

Análisis de Datos: Se realizó un análisis estadístico descriptivo y se aplicó correlación de Rho Spearman para determinar la relación entre los costos y la fijación de precios.

Interpretación de Resultados: Los resultados se interpretaron y se compararon con estudios previos, proporcionando recomendaciones para mejorar la eficiencia en la fijación de precios.

4.6. Análisis de datos

El análisis de los datos se realizó en tres fases complementarias, orientadas a describir estadísticamente las variables en estudio y mediante la correlación de Rho Spearman, se determinó el grado de relación existente entre los costos operativos y la fijación de precios del servicio de lavandería.

a) Análisis descriptivo

En esta fase se procesaron los datos mediante estadística descriptiva, empleando frecuencias, porcentajes, medias y desviaciones estándar, lo que permitió sintetizar y caracterizar el comportamiento de los costos operativos y de la fijación de precios. Este análisis facilitó la identificación de tendencias, niveles predominantes y grado de dispersión de los datos, proporcionando una base objetiva para la interpretación de los resultados.

b) Análisis correlacional

Posteriormente, se aplicó el análisis estadístico correlacional con la finalidad de determinar el grado y sentido de relación entre los costos operativos y la fijación de precios del servicio de lavandería. Este procedimiento permitió establecer si las variaciones en los costos operativos se asocian de manera significativa con las estrategias de fijación de precios, en concordancia con el enfoque descriptivo-correlacional de la investigación. Los resultados obtenidos sirvieron como sustento técnico para la formulación de conclusiones y recomendaciones.

c) Análisis documental

Como parte de información adicional, se desarrolló un análisis documental de los registros financieros, documentos internos de la asociación, lo que permitió contrastar y reforzar los datos obtenidos mediante los instrumentos de recolección. Este análisis contribuyó a contextualizar los resultados estadísticos y a comprender la estructura real de los costos operativos y su relación en la fijación de precios.

4.7. Consideraciones éticas

En la presente investigación se garantizó la originalidad del trabajo, el respeto a los principios éticos y el uso responsable de fuentes de información confiables, las cuales fueron debidamente citadas, asegurando la validez científica y académica del estudio.

Durante todo el proceso investigativo se mantuvo una conducta basada en la transparencia, honestidad e integridad científica, velando por la veracidad en la recolección, procesamiento, análisis e interpretación de los datos. Asimismo, los resultados fueron presentados de manera objetiva, sin alteraciones ni sesgos intencionales, con el propósito de reflejar fielmente la realidad estudiada.

Las consideraciones éticas comprendieron el respeto por los derechos, la dignidad y la privacidad de los participantes. Se obtuvo el consentimiento informado de los involucrados, garantizando la confidencialidad de la información proporcionada y el uso exclusivo de los datos con fines académicos. En concordancia con Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014), se protegió la identidad de los participantes y se aseguró que su participación fuera voluntaria, evitando cualquier tipo de perjuicio.

El cumplimiento de estos principios éticos contribuyó al fortalecimiento de la credibilidad del estudio y a la confiabilidad de los resultados, así como a la utilidad de la investigación para la asociación de servicios múltiples Accopugio – ASERMAC y para futuras investigaciones relacionadas.

V. Resultados y discusión

5.1. Resultados

5.1.1. Determinación de rangos de costos operativos y fijación de precios

Rango de costos operativos

Variable y dimensiones	Bajo	Regular	Alto
Costos fijos	4 - 9	10 - 15	16 - 20
Costos variables	4 - 9	10 - 15	16 - 20
Costos indirectos	5 - 12	13 - 18	19 - 25
Costos operativos	13 - 30	31 - 48	49 - 65

Nota. La tabla muestra el rango de la variable 1 y sus dimensiones. Fuente propia.

Rango de la fijación de precios

Variable y dimensiones	Bajo	Regular	Alto
Estrategia de precios	6 - 14	15 - 22	23 - 30
Influencia de los costos en precios	3 - 7	8 - 11	12 - 15
Precio final del servicio	3 - 7	8 - 11	12 - 15
Fijación de precios	12 - 28	29 - 44	45 - 60

Nota. La tabla muestra el rango de la variable 2 y sus dimensiones. Fuente propia.

5.1.2. Análisis descriptivo

5.1.2.1. Resultados descriptivos por variables y dimensiones

A. Variable 1: costos operativos

Tabla 5

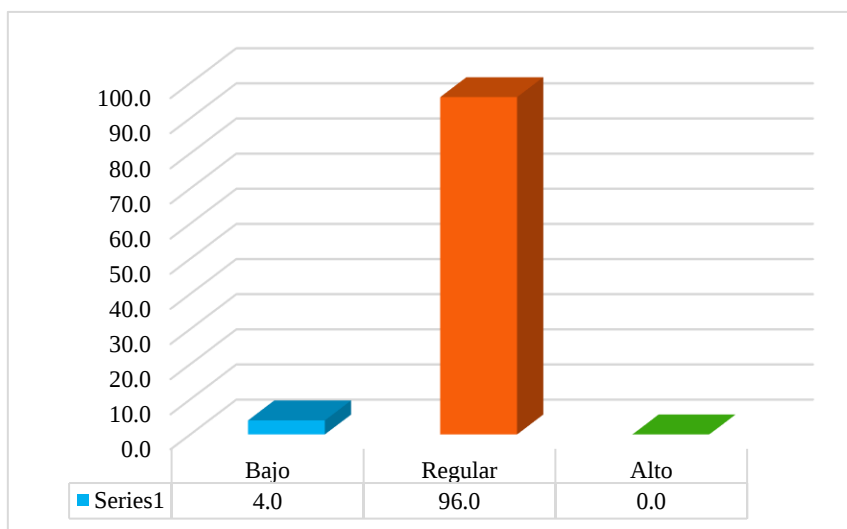
Resultados descriptivos de la variable 1 costos operativos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	4.0	4.0	4.0
	Regular	24	96.0	96.0	100.0
	Alto	0	0.0	0.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota. La tabla muestra el resultado de la variable 1 costos operativos – Fuente: SPSS Versión 25.

Figura 1

Resultados descriptivos de la variable 1 costos operativos



Nota. La figura muestra el resultado de la variable 1 costos operativos – Fuente: SPSS Versión 25.

Interpretación: De acuerdo con la Tabla 5, la variable costos operativos se concentra mayoritariamente en el nivel regular, con una frecuencia de 24 casos que representan el 96,0 % del total, mientras que el nivel bajo registra un solo caso (4,0 %) y no se presentan registros en el nivel alto. Esta distribución evidencia que los costos operativos no son base fundamental para la fijación de precio, según la encuesta no siempre se considera tampoco se descarta los costos operativos para la fijación de precios en ASERMAC.. Este

comportamiento descriptivo permite analizar la relación entre los costos operativos y la fijación de precios en un contexto de estabilidad operativa. A partir de este patrón, se plantea la posibilidad de examinar cómo eventuales variaciones en la estructura de costos podrían reflejarse en los criterios empleados para establecer los precios del servicio, proyectando escenarios de ajuste y optimización en la gestión económica de la asociación.

A.1. Dimensión 1: costos fijos

Tabla 6

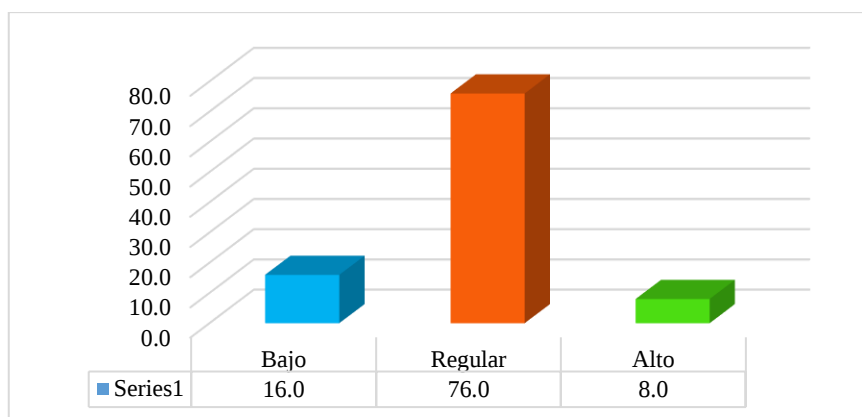
Resultados descriptivos de la dimensión 1 costos fijos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	4	16.0	16.0	16.0
	Regular	19	76.0	76.0	92.0
	Alto	2	8.0	8.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota. La tabla muestra el resultado de la dimensión 1 costos fijos – Fuente: SPSS Versión 25.

Figura 2

Resultados descriptivos de la dimensión 1 costos fijos



Nota. La figura muestra el resultado de la dimensión 1 costos fijos – Fuente: SPSS Versión 25.

Interpretación: De acuerdo con la Tabla 6, correspondiente a la dimensión costos fijos, el 76,0 % de los encuestados (19 casos) los ubica en un nivel regular, seguido del nivel bajo con 16,0 % (4 casos) y, en menor proporción, el nivel alto con 8,0 % (2 casos). Esta distribución evidencia que los costos fijos (salario, alquiler, mantenimiento de maquinarias,

costos administrativos) no son base fundamental para la fijación de precio, según la encuesta no siempre se considera tampoco se descarta los costos fijos para la fijación de precios en ASERMAC. Este comportamiento describe una estructura de costos fijos relativamente estable, lo que permite analizar su relación con la fijación de precios del servicio de lavandería. Asimismo, los resultados indican que posibles variaciones en los costos fijos podrían reflejarse en el nivel de los precios establecidos, considerando su participación dentro de la estructura total de costos.

A.2. Dimensión 2: costos variables

Tabla 7

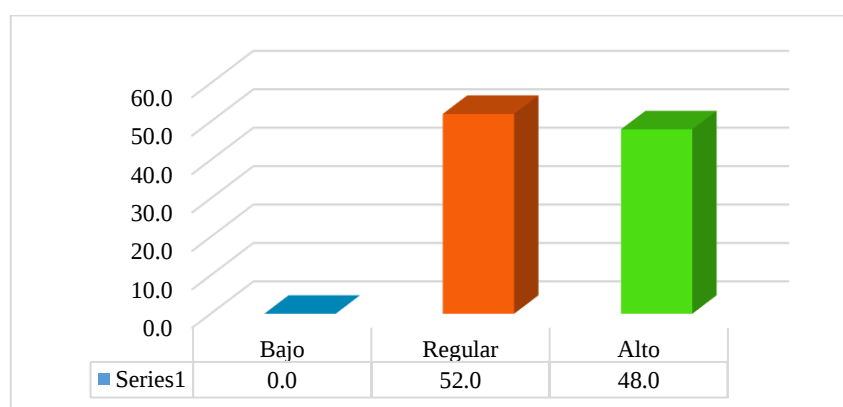
Resultados descriptivos de la dimensión 2 costos variables

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	0	0.0	0.0	0.0
	Regular	13	52.0	52.0	52.0
	Alto	12	48.0	48.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota. La tabla muestra el resultado de la dimensión 2 costos variables – Fuente: SPSS Versión 25.

Figura 3

Resultados descriptivos de la dimensión 2 costos variables



Nota. La figura muestra el resultado de la dimensión 2 costos variables – Fuente: SPSS Versión 25.

Interpretación: De acuerdo con la Tabla 7, correspondiente a la dimensión costos variables, el 52,0 % de los encuestados (13 casos) los sitúa en un nivel regular, mientras que

el 48,0 % (12 casos) los ubica en un nivel alto, sin registrarse valores en el nivel bajo. Esta distribución evidencia que los costos variables (insumo químicos, aguas luz) son tomadas en cuenta de manera moderada para la fijación de precios en ASERMAC. Este patrón descriptivo indica que los costos variables presentan una tendencia hacia rangos medios y elevados, lo que refleja su sensibilidad frente al volumen de operaciones del servicio de lavandería. En este contexto, los resultados permiten analizar cómo las variaciones en los costos variables podrían reflejarse en la fijación de precios, considerando su incidencia directa en el costo del servicio y en la estructura económica de la asociación.

A.3. Dimensión 3: costos indirectos

Tabla 8

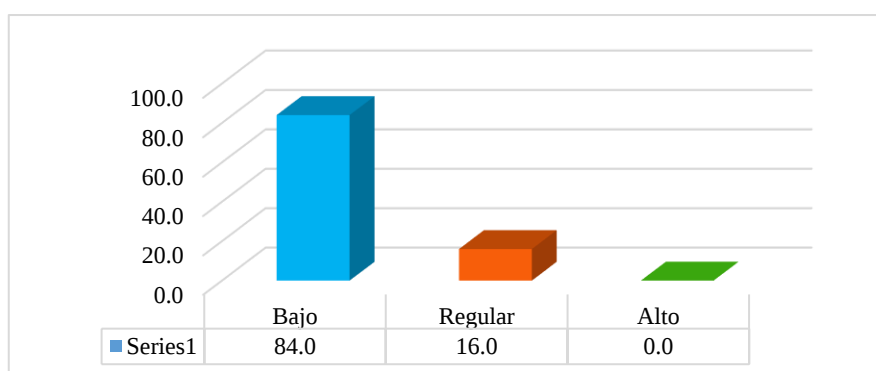
Resultados descriptivos de la dimensión 3 costos indirectos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	21	84.0	84.0	84.0
	Regular	4	16.0	16.0	100.0
	Alto	0	0.0	0.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota. La tabla muestra el resultado de la dimensión 3 costos indirectos – Fuente: SPSS Versión 25.

Figura 4

Resultados descriptivos de la dimensión 3 costos indirectos



Nota. La figura muestra el resultado de la dimensión 3 costos indirectos – Fuente: SPSS Versión 25.

Interpretación: De acuerdo con la Tabla 8, correspondiente a la dimensión costos indirectos, el 84,0 % de los encuestados (21 casos) los ubica en un nivel bajo, mientras que

el 16,0 % (4 casos) los sitúa en un nivel regular, sin registrarse casos en el nivel alto. Esta distribución evidencia que los costos indirectos no son base fundamental para la fijación de precio, según la encuesta no se consideran costos indirectos para la fijación de precios en ASERMAC. Este comportamiento descriptivo muestra una estructura de gastos generales y administrativos controlada, lo que permite analizar su relación con la fijación de precios del servicio de lavandería. Asimismo, los resultados indican que, ante eventuales incrementos en los costos indirectos, podría producirse una variación en el nivel de los precios establecidos, considerando su participación dentro del costo total del servicio.

B. Variable 2: fijación de precios

Tabla 9

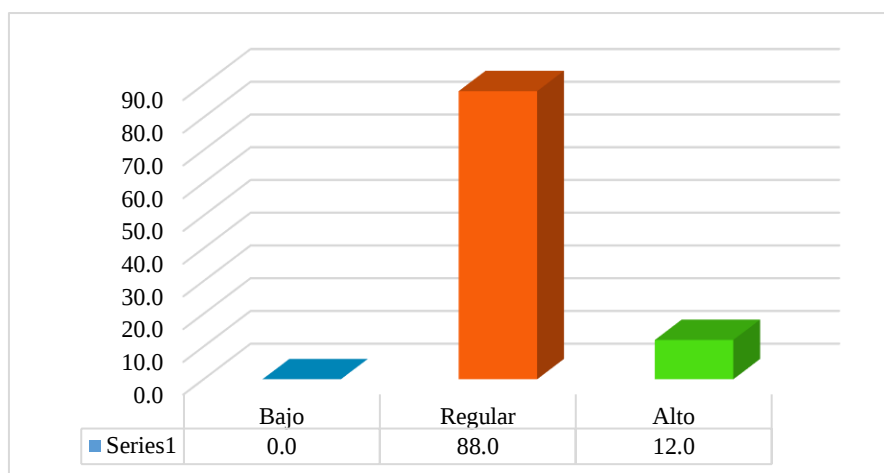
Resultados descriptivos de la variable 2 fijación de precios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	0	0.0	0.0	0.0
	Regular	22	88.0	88.0	88.0
	Alto	3	12.0	12.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota. La tabla muestra el resultado de la variable 2 fijación de precios – Fuente: SPSS Versión 25.

Figura 5

Resultados descriptivos de la variable 2 fijación de precios



Nota. La figura muestra el resultado de la variable 2 fijación de precios – Fuente: SPSS Versión 25.

Interpretación: De acuerdo con la Tabla 9, la variable fijación de precios se concentra principalmente en el nivel regular, con una frecuencia de 22 casos que representan el 88,0 % del total, mientras que el 12,0 % (3 casos) se ubica en el nivel alto, sin registrarse valores en el nivel bajo. Esta distribución evidencia que la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC aplica, en su mayoría, prácticas de fijación se da a veces siendo la base los costos operativos, y a veces fuentes externas como percepción del cliente, competencia y entre otros. Este comportamiento descriptivo muestra que los precios del servicio de lavandería se establecen bajo criterios relativamente homogéneos, lo que permite analizar su relación con los costos operativos. Asimismo, estos resultados permiten examinar cómo posibles variaciones en la estructura de precios podrían responder a cambios en los costos y en las condiciones operativas de la asociación.

B.1. Dimensión 1: estrategia de precios

Tabla 10

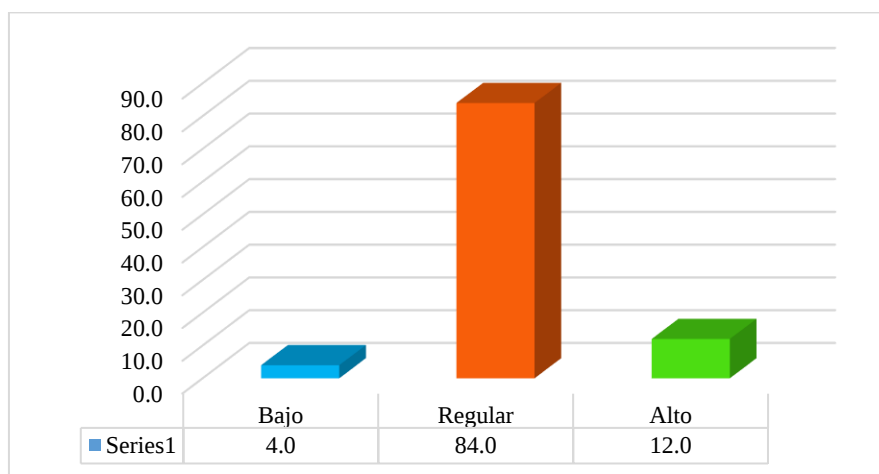
Resultados descriptivos de la dimensión 1 estrategia de precios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	4.0	4.0	4.0
	Regular	21	84.0	84.0	88.0
	Alto	3	12.0	12.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota. La tabla muestra el resultado de la dimensión 1 estrategia de precios – Fuente: SPSS Versión

Figura 6

Resultados descriptivos de la dimensión 1 estrategia de precios



Nota. La figura muestra el resultado de la dimensión 1 estrategia de precios – Fuente: SPSS Versión 25.

Interpretación: De acuerdo con la Tabla 10, correspondiente a la dimensión estrategia de precios, el 84,0 % de los encuestados (21 casos) la ubica en un nivel regular, seguido del nivel alto con 12,0 % (3 casos) y, en menor proporción, el nivel bajo con 4,0 % (1 caso). Esta distribución evidencia que la estrategia de precios se aplica de una manera moderada, según costos operativos, según al mercado local, según a preferencias del cliente, y según para cubrir los costos y gastos necesarios, no hay una estrategia de fijación de precio fija en ASERMAC. Este comportamiento descriptivo muestra una tendencia hacia esquemas de fijación de precios relativamente estables, lo que permite analizar su relación con los costos operativos del servicio de lavandería. Asimismo, los resultados permiten considerar cómo eventuales ajustes en la estrategia de precios podrían reflejarse en la estructura tarifaria y en el equilibrio económico de la asociación.

B.2. Dimensión 2: influencia de los costos en precios

Tabla 11

Resultados descriptivos de la dimensión 2 influencia de los costos en precios

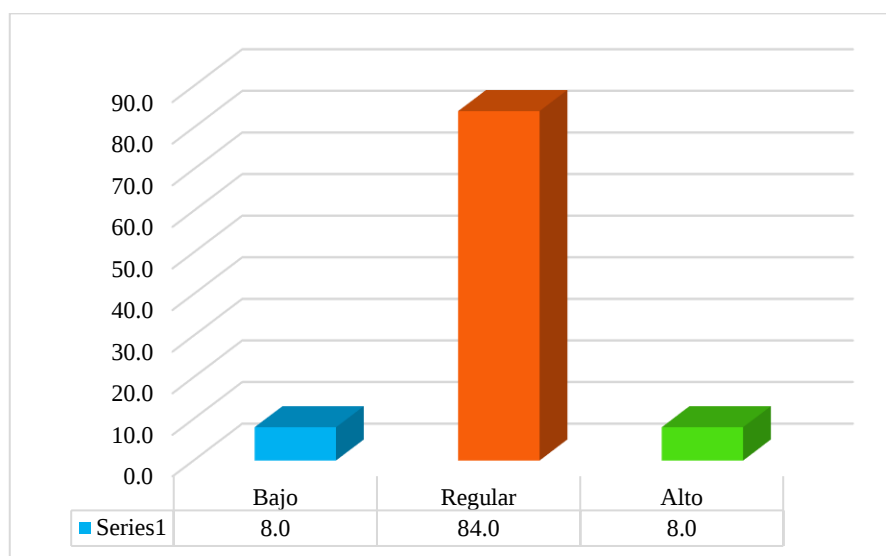
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	8.0	8.0	8.0
	Regular	21	84.0	84.0	92.0
	Alto	2	8.0	8.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota. La tabla muestra el resultado de la dimensión 2 influencia de los costos en precios – Fuente:

SPSS Versión 25.

Figura 7

Resultados descriptivos de la dimensión 2 influencia de los costos en precios



Nota. La figura muestra el resultado de la dimensión 2 influencia de los costos en precios – Fuente:

SPSS Versión 25.

Interpretación: De acuerdo con la Tabla 11, correspondiente a la dimensión influencia de los costos en los precios, el 84,0 % de los encuestados (21 casos) la sitúa en un nivel regular, mientras que el 8,0 % (2 casos) la ubica en el nivel bajo y otro 8,0 % (2 casos) en el nivel alto. Esta distribución evidencia que la influencia de los costos en precios se aplica de una manera moderada, y que los costos operativos a veces es considerada como proporción significativa y a veces no, la relación de costos operativos y fijación de precios no

siempre es revisada tampoco descartada y si aumenta los costos operativos no siempre aumenta el precio en ASERMAC. Este comportamiento descriptivo muestra que los costos son incorporados de manera moderada en la determinación de los precios del servicio de lavandería, lo que permite analizar su relación con la estructura de costos operativos. Asimismo, los resultados indican que variaciones en el control y análisis de los costos podrían reflejarse en la forma en que se establecen los precios del servicio.

B.3. Dimensión 3: precio final del servicio

Tabla 12

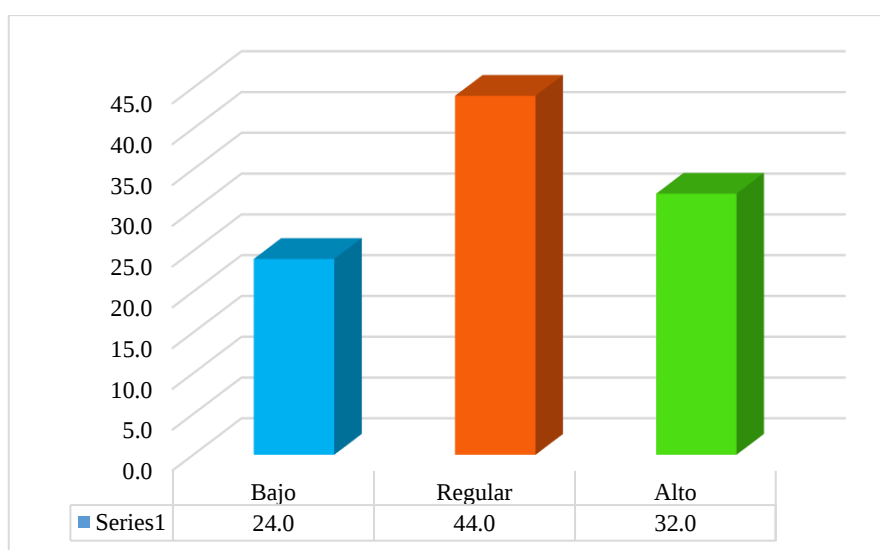
Resultados descriptivos de la dimensión 3 precio final del servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	6	24.0	24.0	24.0
	Regular	11	44.0	44.0	68.0
	Alto	8	32.0	32.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota. La tabla muestra el resultado de la dimensión 3 precio final del servicio – Fuente: SPSS Versión 25.

Figura 8

Resultados descriptivos de la dimensión 3 precio final del servicio



Nota. La figura muestra el resultado de la dimensión 3 precio final del servicio – Fuente: SPSS Versión 25.

Interpretación: De acuerdo con la Tabla 12, correspondiente a la dimensión precio final del servicio, el 44,0 % de los encuestados (11 casos) lo ubica en un nivel regular, seguido del nivel alto con 32,0 % (8 casos) y del nivel bajo con 24,0 % (6 casos). Esta distribución evidencia que el precio final del servicio a veces considera los costos operativos y a veces no, también los precios son considerados para cubrir costos y gastos de manera moderada y por último el precio de los competidores es considerado de vez en cuando en ASERMAC. Este comportamiento descriptivo muestra que el precio final se presenta en rangos diferenciados, lo que permite analizar su relación con la estructura de costos operativos. Asimismo, los resultados indican que variaciones en los costos y en las estrategias de fijación podrían reflejarse en la configuración del precio final del servicio, considerando su impacto en el equilibrio económico de la asociación.

5.1.3. Análisis inferencial

5.1.3.1. Análisis de normalidad de los datos

Tabla 13

Pruebas de normalidad

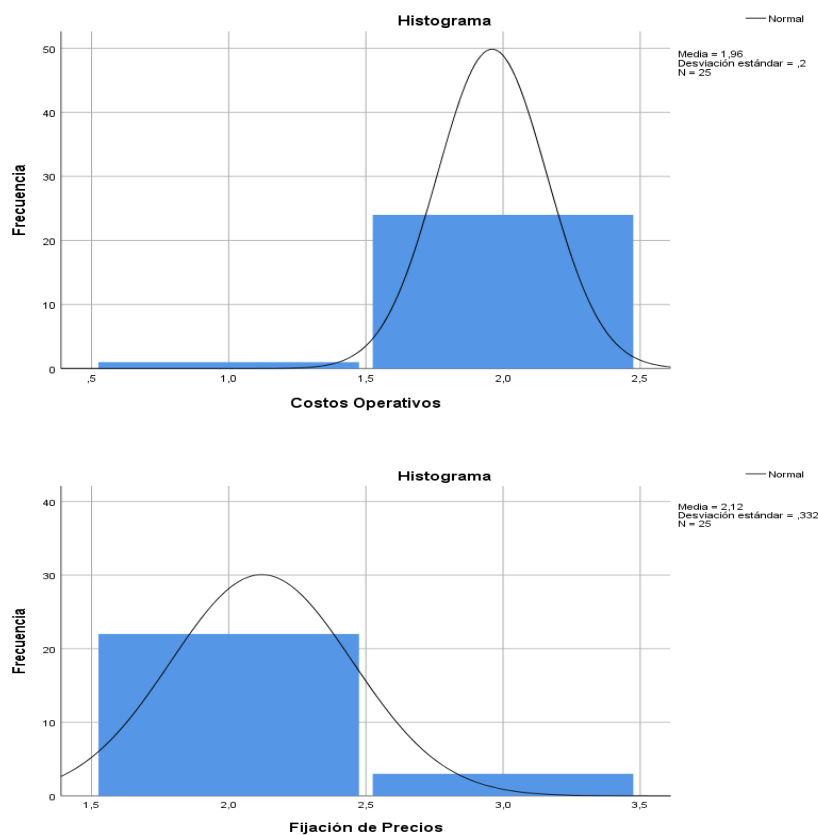
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Costos Operativos	0.539	25	0.000	0.203	25	0.000
Fijación de Precios	0.521	25	0.000	0.384	25	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. La tabla muestra la prueba de normalidad de costos operativos y fijación de precios – Fuente: SPSS Versión 25.

Figura 9

Pruebas de normalidad



Nota. La figura muestra la prueba de normalidad de costos operativos y fijación de precios – Fuente: SPSS Versión 25.

Interpretación: De acuerdo con la Tabla 13, se presentan los resultados de las pruebas de normalidad de Kolmogórov-Smirnov y Shapiro-Wilk aplicadas a las variables costos operativos y fijación de precios. En ambos casos, los valores de significancia obtenidos fueron $p = 0.000$ en las dos pruebas, lo que indica que las distribuciones se apartan del supuesto de normalidad. Específicamente, para costos operativos se obtuvo un estadístico de 0.539 en Kolmogórov-Smirnov y 0.203 en Shapiro-Wilk, mientras que para fijación de precios los estadísticos fueron 0.521 y 0.384, respectivamente. Estos resultados evidencian concordancia entre ambas pruebas, mostrando un comportamiento no normal de los datos. En función de estos hallazgos, se establece que las variables analizadas presentan una distribución no paramétrica, lo que orienta el uso de procedimientos estadísticos basados en rangos o medidas no paramétricas para el análisis correlacional. Bajo esta condición, se plantea que los análisis posteriores deben apoyarse en técnicas no paramétricas, como coeficientes de correlación adecuados a este tipo de distribución, considerando la naturaleza observada de los datos y su comportamiento estadístico.

5.1.3.2. Resultados inferenciales según la hipótesis general

Hipótesis alterna (H_1): Existe una relación significativa entre los costos operativos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.

Hipótesis nula (H_0): No existe una relación significativa entre los costos operativos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.

Tabla 14

Correlación de Rho de Spearman entre los costos operativos y la fijación de precios

		Costos Operativos	Fijación de Precios
Rho de Spearman	Costos Operativos	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0.720
		N	25
	Fijación de Precios	Coefficiente de correlación	0.075
		Sig. (bilateral)	0.720
		N	25

Nota. La tabla muestra el coeficiente de correlación y la significancia bilateral de la hipótesis general

- Fuente: SPSS Versión 25.

Interpretación: De acuerdo con la Tabla 14, se evaluó la relación entre las variables costos operativos y fijación de precios mediante el coeficiente Rho de Spearman, considerando una muestra de 25 observaciones. Los costos operativos representan los recursos económicos asociados a la prestación del servicio de lavandería, mientras que la fijación de precios corresponde a los criterios empleados para establecer las tarifas del servicio. El coeficiente obtenido ($\rho = 0.075$) evidencia una correlación positiva de magnitud débil, lo que indica una asociación mínima entre ambas variables. Asimismo, el valor de significancia bilateral fue $p = 0.720$, superior al nivel de 0.05, por lo que no se rechaza la hipótesis nula (No existe una relación significativa entre los costos operativos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.) y se descarta la hipótesis alternativa. Estos resultados indican que, bajo las condiciones del estudio, las variaciones en los costos operativos no se asocian estadísticamente con cambios en la fijación de precios. La correlación observada no implica causalidad, sino únicamente la coexistencia de variables sin relación estadística demostrable. El tamaño muestral, aunque permite el análisis

correlacional, puede limitar la estabilidad de las estimaciones. En este contexto, se infiere que otros factores, como el mercado, la demanda del servicio o los lineamientos internos, podrían estar influyendo en la fijación de precios. Por ello, futuras investigaciones podrían ampliar la muestra e incorporar variables adicionales que permitan profundizar el análisis.

5.1.3.3. Resultados inferenciales según la hipótesis específica 1

Hipótesis alterna (H_1): Existe una relación significativa entre los costos fijos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.

Hipótesis nula (H_0): No existe una relación significativa entre los costos fijos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.

Tabla 15

Correlación de Rho de Spearman entre los costos fijos y la fijación de precios

			Costos Fijos	Fijación de Precios
Rho de Spearman	Costos Fijos	Coeficiente de correlación	21.000	0.309
		Sig. (bilateral)		0.133
		N	25	25
	Fijación de Precios	Coeficiente de correlación	0.309	1.000
		Sig. (bilateral)	0.133	
		N	25	25

Nota. La tabla muestra el coeficiente de correlación y la significancia bilateral de la hipótesis específica 1 – Fuente: SPSS Versión 25.

Interpretación: De acuerdo con la Tabla 15, se analizó la relación entre la dimensión costos fijos y la variable fijación de precios mediante el coeficiente Rho de Spearman, considerando una muestra de 25 observaciones. Los costos fijos comprenden los desembolsos permanentes asociados al funcionamiento del servicio de lavandería, mientras que la fijación de precios refiere a los criterios empleados para establecer las tarifas. El

coeficiente obtenido ($p = 0.309$) indica una correlación positiva de magnitud débil a moderada, lo que sugiere que a mayores costos fijos tiende a observarse un incremento en los niveles de fijación de precios; no obstante, el valor de significancia bilateral ($p = 0.133$) es mayor a 0.05, por lo que no se rechaza la hipótesis nula (No existe una relación significativa entre los costos fijos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.) y se descarta la hipótesis alternativa. En consecuencia, la relación observada no es estadísticamente concluyente y no implica causalidad, sino únicamente asociación. El tamaño muestral permite explorar tendencias, aunque puede limitar la estabilidad de las estimaciones. Asimismo, factores como demanda del servicio, competencia local o lineamientos administrativos podrían estar influyendo en la fijación de precios, por lo que futuras investigaciones podrían ampliar la muestra e incorporar variables de control para profundizar el análisis y su aplicación en la gestión económica de la asociación.

5.1.3.4. Resultados inferenciales según la hipótesis específica 2

Hipótesis alterna (H_1): Existe una relación significativa entre los costos variables y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.

Hipótesis nula (H_0): No existe una relación significativa entre los costos variables y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.

Tabla 16

Correlación de Rho de Spearman entre los costos variables y la fijación de precios

			Costos Variables	Fijación de Precios
Rho de Spearman	Costos Variables	Coeficiente de correlación	1.000	0.384
		Sig. (bilateral)		0.058
		N	25	25
	Fijación de Precios	Coeficiente de correlación	0.384	1.000
		Sig. (bilateral)	0.058	
		N	25	25

Nota. La tabla muestra el coeficiente de correlación y la significancia bilateral de la hipótesis específica 2 – Fuente: SPSS Versión 25.

Interceptación: De acuerdo con la Tabla 16, se evaluó la relación entre la dimensión costos variables y la variable fijación de precios mediante el coeficiente Rho de Spearman, considerando una muestra de 25 observaciones. Los costos variables corresponden a los desembolsos que fluctúan en función del volumen de servicios prestados, mientras que la fijación de precios se refiere a los criterios utilizados para establecer las tarifas del servicio de lavandería. El coeficiente obtenido ($p = 0.384$) indica una correlación positiva de magnitud moderada, lo que sugiere que, a mayores niveles de costos variables, tienden a observarse mayores niveles en la fijación de precios. Sin embargo, el valor de significancia bilateral ($p = 0.058$) es mayor a 0.05, por lo que no se rechaza la hipótesis nula (No existe una relación significativa entre los costos variables y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.) y se descarta la hipótesis alternativa. En consecuencia, la relación observada no es estadísticamente concluyente y no implica causalidad, sino asociación. El tamaño muestral permite identificar tendencias, aunque puede influir en la potencia estadística. Asimismo, factores como demanda, estacionalidad o competencia local podrían estar influyendo en la fijación de precios, por lo que futuras investigaciones podrían

ampliar la muestra, incorporar variables de control y profundizar el análisis para orientar la gestión de costos y precios en la asociación.

5.1.3.5. Resultados inferenciales según la hipótesis específica 3

Hipótesis alterna (H_1): Existe una relación significativa entre los costos indirectos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.

Hipótesis nula (H_0): No existe una relación significativa entre los costos indirectos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.

Tabla 17

Correlación de Rho de Spearman entre los costos indirectos y la fijación de precios

				Costos Indirectos	Fijación de Precios
Rho de Spearman	Costos Indirectos	de	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1.000	-0.161
					0.442
				25	25
	Fijación de Precios	de	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	-0.161	1.000
				0.442	
				25	25

Nota. La tabla muestra el coeficiente de correlación y la significancia bilateral de la hipótesis específica 3 – Fuente: SPSS Versión 25.

Interpretación: De acuerdo con la Tabla 17, se analizó la relación entre la dimensión costos indirectos y la variable fijación de precios mediante el coeficiente Rho de Spearman, considerando una muestra de 25 observaciones. Los costos indirectos comprenden los gastos generales y administrativos asociados a la prestación del servicio de lavandería, mientras que la fijación de precios se refiere a los criterios utilizados para establecer las tarifas del servicio. El coeficiente obtenido ($\rho = -0.161$) evidencia una correlación negativa de magnitud débil, lo que sugiere que, a mayores niveles de costos

indirectos, tienden a observarse menores niveles en la fijación de precios; no obstante, esta asociación es limitada. Asimismo, el valor de significancia bilateral ($p = 0.442$) es mayor a 0.05, por lo que no se rechaza la hipótesis nula (No existe una relación significativa entre los costos indirectos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC, Challhuahuacho, Apurímac, 2024.) y se descarta la hipótesis alternativa. En consecuencia, la relación observada no es estadísticamente concluyente y no permite establecer inferencias causales, sino únicamente asociaciones. El tamaño muestral permite explorar tendencias, aunque puede influir en la estabilidad de los coeficientes obtenidos. En este contexto, variables como volumen de servicio, condiciones del mercado local o políticas internas podrían estar influyendo en la fijación de precios. Por ello, futuras investigaciones podrían ampliar la muestra, incorporar variables de control y profundizar el análisis para orientar la gestión de gastos indirectos y la toma de decisiones tarifarias.

5.1.4. Análisis documental de la estructura de costos

5.1.4.1. Costos con lavadora

Tabla 18

*Estructura de costos operativos del servicio de lavandería modalidad mecanizado
(lavadora de 20kg)*

Producto	Cantidad	Medida	Costo	Participación %
Materiales (Costo variable)				
Detergente	350	g	s/ 3.56	25.76%
Lejía Color	80	MI	s/ 0.82	5.93%
Enjuague	120	MI	s/ 1.17	8.47%
Total Materiales			s/ 5.55	40.16%
Mano de obra (Costo variable)				
Manipulador de lavadora (sueldo básico)	1	hh	s/ 4.27	30.90%
Total mano de obra			s/ 4.27	30.90%
Costos indirectos (costo fijo)				
Energía	2	Wh	s/ 1.74	12.59%
Agua	0.28	M3	s/ 1.46	10.56%
Envase	4	Und	s/ 0.80	5.79%
Total costos indirectos			s/ 4.00	28.94%
Total costos operativos			s/ 13.82	100.00%

Nota. La tabla muestra la estructura de costos operativos del servicio de lavandería mediante lavadora en la ASERMAC, Challhuahuacho Apurímac. El caldulo de hh corresponde a 8 horas diarias durante 30 días (sueldo basico) – Fuente: elaboracion propia con base en el registro de costos – Estado de servicio valorizado mensual de ASERMAC.

Interpretación: De acuerdo con la Tabla 18, correspondiente a la estructura de costos operativos del servicio de lavandería mediante lavadora, se observa que el costo operativo total asciende a S/ 13.82, que representa el 100 % de la estructura analizada. Los costos variables, conformados por la materia prima directa, alcanzan S/ 5.55 (40.16 %), concentrándose principalmente en el detergente (25.76 %), seguido del enjuague (8.47 %) y la lejía (5.93 %), lo que evidencia una mayor participación de los insumos en el proceso operativo. Asimismo, la mano de obra directa, también clasificada como costo variable, registra S/ 4.27, equivalente al 30.90 %, reflejando la participación del recurso humano en función del volumen del servicio. Por su parte, los costos indirectos de fabricación (costos

fijos) ascienden a S/ 4.00 (28.94 %), destacando la energía (12.59 %) y el agua (10.56 %) como principales componentes. Esta distribución describe una estructura mixta de costos, donde los costos variables presentan mayor participación relativa, lo que permite plantear escenarios de análisis orientados a evaluar cómo el comportamiento de los costos variables y fijos se relaciona con los criterios aplicados en la fijación de precios y su proyección futura.

5.1.4.2. Costos manuales

Tabla 19

Estructura de costos operativos del servicio de lavandería modalidad manual (a mano por 20kg)

Producto	Cantidad	Medida	Costo	Participación %
Materiales (Costo variable)				
Detergente	550	G	s/ 5.59	15.92%
Lejía Color	120	MI	s/ 1.23	3.50%
Enjuague	150	MI	s/ 1.46	4.16%
Total Materiales			s/ 8.28	23.58%
Mano de obra (Costo variable)				
Personal para lavado a mano	3	hh	s/ 24.00	68.36%
Total mano de obra			s/ 24.00	68.36%
Costos indirectos (costo fijo)				
Energía	0	Wh	s/ 0.00	0.00%
Agua	0.39	M3	s/ 2.03	5.78%
Envase	4	Und	s/ 0.80	2.28%
Total costos indirectos			s/ 4.00	8.06%
Total costos operativos			s/ 13.82	100.00%

Nota. La tabla muestra la estructura de costos operativos del servicio de lavandería manual en la

AERMAC – Fuente: elaboración propia con base en el registro de costos – Estado de servicio valorizado mensual de ASERMAC.

Interpretación: De acuerdo con la Tabla 19, correspondiente a la estructura de costos operativos del servicio de lavandería manual, se observa que el costo operativo total asciende a S/ 35.11, que representa el 100 % de la estructura analizada. Los costos variables, conformados por la materia prima directa, alcanzan S/ 8.28, equivalente al 23.58 %, concentrándose principalmente en el consumo de detergente (15.92 %), seguido del enjuague (4.16 %) y la lejía (3.50 %), lo que describe el comportamiento de los insumos en

el proceso manual. Asimismo, la mano de obra directa, clasificada también como costo variable, registra S/ 24.00, lo que representa el 68.36 % del total, evidenciando una mayor participación del recurso humano asociada al tiempo operativo requerido. Por su parte, los costos indirectos de fabricación (costos fijos) ascienden a S/ 2.83, equivalentes al 8.06 %, destacando el consumo de agua (5.78 %) y el uso de envases (2.28 %). Esta distribución muestra una estructura de costos predominantemente variable, donde la mano de obra directa concentra la mayor proporción, lo que permite plantear escenarios de análisis orientados a evaluar cómo la variación del tiempo de trabajo, el consumo de insumos y los costos fijos se relacionan con los criterios aplicados en la fijación de precios y su proyección futura.

5.1.4.3. Estado de resultados comparativo

Tabla 20

Estado de resultados comparativo del servicio de lavandería por modalidad de operación en la Asociación de servicios múltiples Accopugio – ASERMAC, Challhuahuacho Apurímac, 2024

Estado de Resultados integrales por cada orden de servicio						
Detalle	Automático S/.		Participación %	Manual S/.		Participación %
Venta de servicio por 20 kilo	S/	154.00	100.00%	S/	154.00	100.00%
(-) Costos variables	S/	9.82	6.38%	S/	32.28	20.96%
Utilidad Bruta	S/	144.18	93.62%	S/	121.72	79.04%
(-) Costos fijos	S/	4.00	2.60%	S/	2.83	1.84%
Utilidad operativa	S/	140.18	91.03%	S/	118.89	77.20%

Nota. La tabla muestra el estado de resultados comparativo del servicio de lavandería por modalidad de operación en la ASERMAC – Fuente: elaboración propia con base en el registro de costos – Estado de Servicio Valorizado mensual de ASERMAC.

Interpretación: De acuerdo con la Tabla 20, que presenta el estado de resultados comparativo del servicio de lavandería por modalidad de operación, se observa que el ingreso por servicio se mantiene constante en S/ 154.00 (100 %) tanto en la modalidad automática como en la manual. No obstante, los costos variables muestran un

comportamiento diferenciado, representando el 6.38 % (S/ 9.82) en el servicio automático y el 20.96 % (S/ 32.28) en el servicio manual, lo que describe una mayor participación de estos costos en la modalidad manual. En consecuencia, la utilidad bruta alcanza el 93.62 % en el servicio automático y el 79.04 % en el manual. Por su parte, los costos fijos representan el 2.60 % en la modalidad automática y el 1.84 % en la manual, configurando estructuras operativas distintas. Como resultado, la utilidad operativa asciende a 91.03 % en el servicio automático y 77.20 % en el manual. Este comportamiento comparativo permite plantear escenarios de análisis orientados a evaluar cómo la estructura de costos variables y fijos se relaciona con los criterios de fijación de precios y su proyección futura en función de las modalidades de operación.

5.2. Discusión

La discusión del objetivo general referido a la relación entre los costos operativos y la fijación de precios evidencia que, desde el análisis descriptivo, ambas variables se concentran mayoritariamente en niveles regulares, lo que describe un contexto de relativa estabilidad operativa. En el análisis inferencial, la relación entre costos operativos y fijación de precios fue positiva débil ($\rho = 0.075$; $p > 0.05$), sin asociación estadística concluyente, lo que indica que los precios no se estructuran directamente en función de la variación percibida de los costos. Estos resultados se complementan con el análisis documental, donde se identificó que el servicio mediante lavadora presenta un costo operativo total de S/ 13.82, con predominio de costos variables (71.06 %), mientras que el servicio manual asciende a S/ 35.11, concentrando la mano de obra directa el 68.36 %. Asimismo, el estado de resultados evidenció que, pese a mantener un mismo precio de venta (S/ 154.00), la modalidad automática registra costos variables de 6.38 % y utilidad operativa de 91.03 %, mientras que la modalidad manual presenta costos variables de 20.96 % y utilidad operativa de 77.20 %, mostrando estructuras económicas distintas que no se reflejan

proporcionalmente en el precio. Este comportamiento coincide con lo señalado por Cherres y Barona (2019) y Peñaranda y Sandoval (2021), quienes destacan que la ausencia de sistemas formales de costeo limita la articulación entre costos reales y precios. Asimismo, los hallazgos guardan correspondencia con Gracia (2020) y Campos (2022), al evidenciar que, aun cuando los costos son identificados, no siempre se traducen directamente en criterios técnicos de fijación de precios. Entre las limitaciones se reconocen el tamaño muestral, el carácter transversal del estudio y la combinación de percepciones con registros contables.

La discusión del objetivo específico 1, referido a la relación entre los costos fijos y la fijación de precios evidenció, desde el análisis descriptivo, que los costos fijos en la Asociación de servicios múltiples Accopugio-ASERMAC se concentraron mayoritariamente en un nivel regular (76,0 %), lo que describió una estructura de gastos relativamente estable. En el análisis inferencial, la correlación entre costos fijos y fijación de precios fue positiva de magnitud débil a moderada ($p = 0.309$; $p > 0.05$), sin asociación estadística concluyente, lo que indicó que los precios no se ajustaron directamente en función de la variación percibida de los costos fijos. Estos resultados se complementaron con el análisis documental, donde se identificó que los costos fijos representaron el 28.94 % del costo total en el servicio mediante lavadora (S/ 4.00 de S/ 13.82) y el 8.06 % en el servicio manual (S/ 2.83 de S/ 35.11), mientras que el precio de venta se mantuvo constante (S/ 154.00), evidenciando que la estructura fija no se reflejó proporcionalmente en la fijación de precios. Este comportamiento coincidió con lo señalado por Cherres y Barona (2019) y Peñaranda y Sandoval (2021), quienes indicaron que, en asociaciones de servicios, los precios suelen establecerse sin una vinculación técnica directa con los costos fijos; asimismo, guardó correspondencia con Gracia (2020) y Campos (2022), al mostrar que la identificación de costos no siempre se traduce en criterios formales de tarificación. Entre las

limitaciones se reconocieron el tamaño muestral, el diseño transversal y la dependencia de percepciones junto con registros contables. En este marco, futuras investigaciones podrían ampliar la muestra, incorporar análisis longitudinales y aplicar sistemas de costeo más específicos, así como extender el estudio a otras asociaciones o sectores de servicios para profundizar la comprensión del comportamiento de los costos fijos en la fijación de precios.

La discusión del objetivo específico 2, referido a la relación entre los costos variables y la fijación de precios evidenció, desde el análisis descriptivo, que los costos variables en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC se ubicaron mayoritariamente en niveles regular (52,0 %) y alto (48,0 %), lo que reflejó una estructura sensible al volumen de servicio. En el análisis inferencial, la correlación entre costos variables y fijación de precios fue positiva de magnitud moderada ($\rho = 0.384$; $p > 0.05$), sin asociación estadística concluyente, lo que indicó que, aunque existe una tendencia de coexistencia, los precios no se ajustaron formalmente en función de la variación percibida de estos costos. Estos resultados se complementaron con el análisis documental, donde se identificó que los costos variables representaron el 71.06 % del costo total en el servicio mediante lavadora y el 91.94 % en el servicio manual, concentrándose principalmente en la materia prima directa y la mano de obra directa. Asimismo, el estado de resultados mostró que, pese a las diferencias en la proporción de costos variables (6.38 % del ingreso en el servicio automático frente a 20.96 % en el manual), el precio de venta se mantuvo constante, evidenciando una débil articulación entre costos variables y fijación de precios. Este comportamiento guardó correspondencia con lo señalado por Cherres y Barona (2019) y Peñaranda y Sandoval (2021), quienes indicaron que, en asociaciones de servicios, los precios suelen definirse sin una vinculación técnica directa con los costos variables; del mismo modo, coincidió con Gracia (2020) y Campos (2022), al evidenciar que la identificación de costos no siempre se traduce en esquemas formales de tarificación. Entre las limitaciones se reconocieron el

tamaño muestral, el diseño transversal y la combinación de percepciones con registros contables. En consecuencia, futuras investigaciones podrían ampliar la muestra, aplicar sistemas de costeo por procesos o por actividades, incorporar variables de demanda y estacionalidad, y replicar el estudio en otras asociaciones o sectores de servicios para profundizar la comprensión del comportamiento de los costos variables en la fijación de precios.

La discusión del objetivo específico 3, referido a la relación entre los costos indirectos y la fijación de precios evidenció, desde el análisis descriptivo, que los costos indirectos en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC se ubicaron predominantemente en un nivel bajo (84,0 %), lo que describió una estructura de gastos generales y administrativos reducida. En el análisis inferencial, la correlación entre costos indirectos y fijación de precios fue negativa de magnitud débil ($\rho = -0.161$; $p > 0.05$), sin asociación estadística concluyente, lo que indicó que las variaciones percibidas en los costos indirectos no se vincularon directamente con los criterios empleados para establecer los precios del servicio. Estos resultados se complementaron con el análisis documental, donde se identificó que los costos indirectos representaron el 28.94 % del costo total en el servicio mediante lavadora (S/ 4.00 de S/ 13.82) y el 8.06 % en el servicio manual (S/ 2.83 de S/ 35.11), destacando principalmente el consumo de energía, agua y envases. Asimismo, el estado de resultados evidenció que, pese a estas diferencias en la estructura de costos indirectos, el precio de venta se mantuvo constante (S/ 154.00), lo que mostró una limitada articulación entre los gastos indirectos y la fijación de precios. Este comportamiento coincidió con lo señalado por Cherres y Barona (2019) y Peñaranda y Sandoval (2021), quienes indicaron que, en asociaciones de servicios, los costos indirectos suelen ser subconsiderados en los procesos de tarificación; asimismo, guardó correspondencia con Gracia (2020) y Campos (2022), al evidenciar que la identificación de gastos generales no siempre se traduce en

esquemas técnicos de fijación de precios. Entre las limitaciones se reconocieron el tamaño muestral, el diseño transversal y la disponibilidad restringida de registros contables desagregados.

VI. Conclusiones

- En relación al objetivo general, los resultados obtenidos en esta investigación indican que la relación entre los costos operativos y la fijación de precios del servicio de lavandería en la Asociación de servicios múltiples Accopugio – ASERMAC es débil y estadísticamente no significativa, según el análisis correlacional realizado con el coeficiente Rho de Spearman ($\rho = 0.075$, $p > 0.05$). Este hallazgo sugiere que los precios no se ajustan directamente a las variaciones en los costos operativos. El estudio adoptó un enfoque correlacional, permitiendo examinar de manera objetiva la relación entre las variables. Desde una perspectiva académica, este análisis contribuye al campo de la contabilidad de costos, al evidenciar la débil conexión entre los costos operativos y los precios, lo que resalta la necesidad de implementar un sistema de costos adecuado, considerando la naturaleza del servicio (mecanizado y manual). Además, se sugiere que la asociación se enfoque en maximizar la rentabilidad.
- En relación al objetivo específico 1, los resultados indican que la relación entre los costos fijos y la fijación de precios en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC no es estadísticamente significativa ($\rho = 0.309$, $p > 0.05$). Aunque los costos fijos se concentran en niveles regulares, estos no inciden de manera directa en la determinación de los precios del servicio de lavandería. El estudio, de enfoque correlacional, permitió identificar que, pese a la estabilidad de los costos fijos, no existe una vinculación clara con la fijación de precios. Este hallazgo destaca la necesidad de mejorar la estrategia de fijación de precios, incorporando de manera más precisa los costos fijos en el proceso de toma de decisiones dentro de la contabilidad de costos.
- En relación al objetivo específico 2, los resultados muestran que los costos variables en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC se distribuyen mayoritariamente en niveles regulares y altos, lo que indica que son sensibles al

volumen de servicio. Sin embargo, no se encontró una relación significativa entre los costos variables y la fijación de precios ($\rho = 0.384$, $p > 0.05$). Esto sugiere que los precios no se ajustan directamente a los cambios en los costos variables. El estudio, de enfoque correlacional, revela que, aunque los costos variables son importantes, no influyen de manera proporcional en la fijación de precios. Este análisis destaca la necesidad de integrar mejor los costos variables en la estrategia de precios dentro de la contabilidad de costos.

- En relación al objetivo específico 3, los resultados obtenidos indican que los costos indirectos en la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC se distribuyen principalmente en niveles bajos (84%), lo que refleja una estructura de gastos generales controlada. Sin embargo, la correlación entre los costos indirectos y la fijación de precios no fue estadísticamente significativa ($\rho = -0.161$, $p > 0.05$). Esto sugiere que las variaciones en los costos indirectos no afectan directamente la determinación de los precios. El estudio, realizado con un enfoque correlacional, permitió observar que, aunque los costos indirectos son relativamente bajos, no influyen proporcionalmente en los precios establecidos. Este análisis destaca la importancia de considerar los costos indirectos en la estrategia de fijación de precios, mejorando la eficiencia en la contabilidad de costos.

VII. Recomendaciones

- Se recomienda que la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC implemente un sistema de costos por órdenes, considerando la naturaleza del servicio y la prestación a empresas mineras. Este sistema permitirá asignar costos de manera más precisa a cada tipo de servicio (mecanizado y manual), así mismo, se sugiere que la asociación se enfoque en maximizar la rentabilidad del servicio mecanizado, ya que se ha demostrado que genera mayores márgenes operativos. Esta recomendación contribuirá a mejorar la rentabilidad y competitividad a largo plazo, optimizando la gestión de costos y precios.
- Se recomienda que la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC integre los costos fijos de manera más eficiente en la fijación de precios, especialmente en el servicio mecanizado, que ofrece mayor rentabilidad. Dado que los costos fijos representan una parte importante de la estructura de costos, su integración adecuada permitirá establecer precios más competitivos sin comprometer la rentabilidad. Además, la implementación de un sistema de costeo por órdenes optimizaría la asignación de estos costos. Esta medida mejorará la gestión financiera contribuyendo a la sostenibilidad de la asociación.
- Se recomienda que la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC implemente un seguimiento continuo de los costos variables, especialmente en el servicio mecanizado, para ajustar los precios de manera dinámica en función de las variaciones de estos costos. La relación observada entre los costos variables y la fijación de precios sugiere que, aunque los costos variables son importantes, aún no se reflejan adecuadamente en los precios. La adopción de un sistema de costeo por órdenes permitirá asignar estos costos de manera más precisa a cada servicio.

- Se recomienda que la Asociación de servicios múltiples Accopugio–ASERMAC considere un análisis más detallado de los costos indirectos, especialmente en la modalidad de servicio manual, que tiene un mayor impacto en los costos generales. A pesar de la correlación débil observada entre los costos indirectos y la fijación de precios, su adecuado tratamiento puede contribuir a una mejor gestión de los precios. La implementación de un sistema de costeo por órdenes permitirá identificar con mayor precisión los costos indirectos asociados a cada orden de servicio, facilitando una fijación de precios más ajustada a los costos reales.

VIII. Referencias

- Acetta, P. M., Castignani, M. I., & Rossler, N. (2022). Factores del contexto que afectan la competitividad de empresas lecheras del centro de Santa Fe. *FAVE: Sección Ciencias Agrarias*, 21(1), 7-20. From https://www.researchgate.net/publication/358546708_Factores_del_contexto_que_afectan_la_competitividad_de_empresas_lecheras_del_centro_de_Santa_Fe
- Achyani, Y. E., Aulianita, R., & Mukhayaroh, A. (2024). Sistema de información de servicios de lavandería basado en la Web que utiliza el método de desarrollo rápido de aplicaciones. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 26(1), 17-23. From <http://103.75.24.116/index.php/paradigma/article/view/3231>
- Agustín Cañibano, C., Cristófol Rodríguez, C., & Cerdá Suárez, L. M. (2021). Interdependencias entre la heurística y la estrategia de precios: una aplicación para productos de alimentación de gran consumo. *Vivat Academia* 154(154), 119-141. doi:<https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1340>
- Alarcón, R. (2021). *Estructura del costo estándar para la fijación de precios en el servicio de carga de la empresa Inversiones Ares SAC, Chiclayo 2020. [Tesis de grado, Universidad Señor de Sipán]*. Repositorio institucional. From <https://hdl.handle.net/20.500.12802/9322>
- Alfaro Rodas, G. C. (2023). Reingeniería de Procesos como una Herramienta para la Mejora de la Productividad en las Empresas. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(5), 1623-1641. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i5.7835
- Amor, J. S., Aguado Berenguer, S., & García Pascual, F. (2022). Influencia de las variables de rendimiento del servicio y variables de marca en la lealtad de los usuarios de eventos de esports. *Retos*, 45, 860–867. doi:<https://doi.org/10.47197/retos.v45i0.93521>

- Antosz, M. S. (2017). Modelo de gestión de las TIC para las pymes de Riobamba (Ecuador). *3 c TIC: cuadernos de desarrollo aplicados a las TIC*, 6(4), 1-18. From <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6253969>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (n.d.). *Fundamentos de marketing* (Decimoprimera ed.).
- Ashqui Cuvi, G., & Bermúdez Gallegos, C. (2019). Efecto del valor percibido por el cliente en la decisión de recompra en las tiendas de ropa. *Revista Universidad De Guayaquil*, 129(2), 12–23. doi:<https://doi.org/10.53591/rug.v129i2.1375>
- Azuela Flores, J. I., Ochoa Hernández, M. L., & Jimenez Almaguer, K. P. (2017). ¿Pagar menos o pagar lo Justo? Un análisis de las estrategias de precios. *AD-Minister*(31), 47–58. doi:<https://doi.org/10.17230/ad-minister.31.3>
- Badilla Agüero, A., & Villalobos Ramírez, S. (2024). Mecanismos de fijación de precios en la captura de valor del diseño gráfico. *Pensamiento Actual*, 24(42). From <https://archivo.revistas.ucr.ac.cr/index.php/pensamiento-actual/article/view/60228>
- Barona-López, N. E., Dota-Moreta, A. F., & Yáñez-Miranda, J. J. (2024). Costo de producción y la fijación del precio. *Gestio Et Productio. Revista Electrónica De Ciencias Gerenciales*, 6(1), 67-76. doi:<https://doi.org/10.35381/gep.v6i1.74>
- Bautista Daza, F. D., Ramos Dorado, R. D., Ulloa Méndez, C. I., & Hurtado García, K. d. (2024). Calidad de los sistemas de contabilidad de costos en empresas manufactureras: un estudio de revisión sistemática. *Runas. Revista de Educación y Cultura*, 5(10). doi:<https://doi.org/10.46652/runas.v5i10.174>
- Becerra Zuloeta, V., Loconi Sánchez, L. V., & Chávez Rivas, P. I. (2023). VALOR PERCIBIDO Y LA LEALTAD DE LOS CLIENTES EN EL SECTOR GASTRONÓMICO. *HORIZONTE EMPRESARIAL*, 10(2), 232-248. doi:<https://doi.org/10.26495/rce.v10i2.2677>

- Bonta, P., & Farber, M. (2002). *199 preguntas sobre marketing y publicidad*. Grupo Editorial Norma.
- Burriel, P., Odendahl, F., & Párraga Rodríguez, S. (2024). Asimetrías en la traslación de los incrementos y de los descensos de los precios de la energía a la inflación subyacente del área del euro y de España. *Boletín Económico/Banco de España*. doi:<https://doi.org/10.53479/36143>
- Caina Guamán, A. E. (2023). Análisis de herramientas de pagos en línea en el Ecuador. *Esprint Investigación*, 2(2), 14–25. doi:<https://doi.org/10.61347/ei.v2i2.54>
- Calvo, E., Tapia, J., & Albisu, P. (2022). Estrategia de fijación de precios en la industria hotelera. El caso del hotel Tryp Atocha Madrid. *Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía Y La Empresa*, 34, 263–280. doi:<https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.5568>
- Campos Alvarez, G. R. (2022). *Costeo ABC y su impacto en la rentabilidad en MYPEs de lavanderías del distrito de San Martin de Porres, año 2020*. [Tesis de Grado, Universidad Peruana e Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional, Perú. From chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://upc.aws.openrepository.com/bitstream/handle/10757/661358/Campos_AG.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Carrillo Landazábal, M. S., Alvis Ruiz, C. G., Cohen Padilla, H. E., & Mendoza Álvarez, Y. Y. (2019). Lean manufacturing: 5 s y TPM, herramientas de mejora de la calidad. Caso empresa metalmecánica en Cartagena, Colombia. *SIGNOS - Investigación En Sistemas De gestión*, 11(1), 71-86. doi:<https://doi.org/10.15332/s2145-1389.2019.0001.04>

- Cevallos Bravo, M. V. (2020). Efectividad del sistema de gestión del costo como un óptimo empresarial. *Ciencias Administrativas*(17). doi:<https://doi.org/10.24215/23143738e071>
- Charlita, P. (2009). *Gestión de costos en salud: Teoría, cálculo y usos*. Ecoe Ediciones.
- Cherres Tintin, A. L., & Barona López, N. E. (2019). *Los costos de producción por procesos y su incidencia en la rentabilidad de la lavandería Rolan's Jeans de la ciudad de Pelileo. [Tesis de Grado, Universidad Regional Autónoma de los Andes Unianeds]*. Repositorio Institucional, Ecuador - Ambato. From <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/10282>
- Cuestas Díaz, P. J. (2001). La investigación sobre la estrategia de precios en marketing: Orígenes y situación actual. *Cuadernos De Administración*, 17(26), 89–112. doi:<https://doi.org/10.25100/cdea.v17i26.154>
- Delgado Peña, P. A. (2020). Acto de confusión generador de Competencia Desleal. Análisis desde el derecho sustancial. *CES Derecho*, 11(1), 117–133. doi:<https://doi.org/10.21615/cesder.11.1.6>
- Drury, C. (2019). *Contabilidad de Gestión y Costos* (10th ed.). Cengage Learning.
- Escobar Zurita, H. W., Surichaqui Carhuallanqui, L. M., & Calvanapón Alva, F. A. (2022). Control interno en la rentabilidad de una empresa de servicios generales - Perú. *Revista Científica Visión De Futuro*, 27(1). From <https://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php/visiondefuturo/article/view/761>
- Espinosa-Dussán, A., Jaramillo-Jiménez, C. F., & Caicedo-García, E. (2001). Caracterización del ajuste microeconómico de precios en Colombia. *Banco de la República*. From <https://repositorio.banrep.gov.co/items/7f12c500-34f4-466b-944f-c3063e25b423>

- Espinoza Ipanaque, P. C. (2023). Inflación en el Perú ante choques de precios internacionales de energía y alimentos. *Quipukamayoc*, 31(65), 41-52. doi:<https://doi.org/10.15381/quipu.v31i65.24508>
- Estrella Guaman, J., Montero Piedra, D., & Vázquez Loaiza, J. (2021). Prácticas de costeo en la determinación del precio de venta al público de las Pymes manufactureras de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *Revista Colombiana De Ciencias Administrativas*, 3(1), 52–70. doi:<https://doi.org/10.52948/rcca.v3i2.436>
- Fernández, G. (2017). *Costos de la calidad del servicio al cliente para mejorar la rentabilidad en el Sauna Buena Vida E.I.R.L. Chiclayo*.
- Fischer De la Vega, L., & Espejo, J. (2012). *Mercadotecnia* (Vol. XXXIII). In McGraw Hill.
- Forero-Molina, S. C., & Neme-Chaves, S. R. (2021). Valor percibido y lealtad del cliente: estrategia cobranding de tarjetas de crédito en Bogotá (Colombia). *Revista Universidad y Empresa*, 23(40), 1-18. From <https://www.redalyc.org/journal/1872/187265084008/>
- García Arancibia, R. (2017). Elasticidades de la demanda mundial de lácteos argentinos y su posicionamiento competitivo. *Revista de Economía del Rosario*, 20(2), 275-306. From <https://www.redalyc.org/journal/5095/509554739004/509554739004.pdf>
- García Rendón, J. J., & Posada, J. (2016). Demanda de Internet: El sector mayorista de telecomunicaciones colombiano. *Revista de economía del Rosario*, 19(2), 175-199. From <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6413268>
- García-Arca, J., Comesaña-Benavides, J. A., & Prado-Prado, J. C. (2011). La promoción y gestión de los polígonos industriales en la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal. *Production*, 21(3), 456-465. doi:<https://doi.org/10.1590/S0103-65132011005000045>
- Garrison, Noreen, & Brewer. (2021). *Costos operativos*.

- Gracia, M. (2020). *Costos por servicio y fijación de precios en la compañía Transcomuna Península S.A., cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2018. [Tesis de grado ,Universidad Estatal Península de Santa Elena]*. Repositorio institucional. From <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5280>
- Grewal, D., & Compeau, L. (2015). *Respuestas del consumidor al precio y sus señales de información contextual*. Review of Marketing Research.
- Gualán-Japón, J. L., & Zapata-Sánchez, P. E. (2023). Optimización de Costos en el Sector Manufacturero: Análisis del Sistema de Costeo Estándar en Textiles Saraguro. *MQRInvestigar*, 7(2), 1160–1187. doi:<https://doi.org/10.56048/MQR20225.7.2.2023.1160-1187>
- Guevara Rosero, J. M., & Leyva Vásquez, N. C. (2021). Estrategias de marketing para la ruta de las orquídeas. *Tierra Infinita*, 7(1), 15-25. doi:<https://doi.org/10.32645/26028131.1089>
- Gutiérrez-Castañeda, B., & Duque-Roldán, M. (2014). Costos indirectos de fabricación: propuesta para su tratamiento ante los cambios normativos que enfrenta Colombia. *Cuadernos de Contabilidad*, 15(39), 831–852. doi:<https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc15-39.cifp>
- Hansen, D., & Mowen, M. (2007). *Administración de costos. Contabilidad y control*. Cengage Learning Editores, S.A.
- Hernández Ramírez, E., Sánchez Vargas, A., & López Herrera, F. (2024). El efecto heterogéneo de las remuneraciones laborales en la inflación mexicana. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas Nueva Época REMEF*, 19(2). doi:<https://doi.org/10.21919/remef.v19i2.1001>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

- Hernández-Díaz, A. G., & García Cobián, E. C. (2016). Elasticidad precio de la demanda y perfil de los usuarios de la parada "Pablo de Olavide" de Metro de Sevilla. *Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía Y La Empresa*, 17, 80-100. doi:<https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.2195>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill Educatio.
- Herrera Mendoza, R. D., Villarroel Toa, M. A., & Caicedo Atiaga, F. M. (2023). Evaluación del sistema integrado de gestión en la rentabilidad de las medianas y grandes empresas de servicios de Cotopaxi. *Tesla Revista Científica*, 3(1). doi:<https://doi.org/10.55204/trc.v3i1.e171>
- Herrera Pérez, A. P. (2020). La comunicación como factor clave en la experiencia del consumidor para la fijación del precio. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 21(21), 84-97. From <https://revistasinvestigacion.esic.edu/adresearch/index.php/adresearch/article/view/134>
- Horngren, C., Datar, S., & Rajan, M. (2018). *Contabilidad de costos: un énfasis gerencial* (16th ed.). Pearson.
- Hoyos-Pontón, C., & Villarraga-Orjuela, A. (2023). El impacto de las ayudas estatales a los estudiantes en los precios de la matrícula universitaria: el caso del programa Ser Pilo Paga en Colombia. *Archivos de análisis de políticas educativas*, 31. doi:<https://doi.org/10.14507/epaa.31.7347>
- Hurtado Moreno, L., Quintero Montoya, O. L., & García Rendón, J. J. (2016). Estimación del precio de oferta de la energía eléctrica en Colombia mediante inteligencia artificial. *Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía Y La Empresa*, 18, 54-87. doi:<https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.2205>

- Ingenbleek, P. T., & Van der Lans, I. A. (2013). Relación entre estrategias de precios y prácticas de fijación de precios. *European Journal of Marketing*, 47(1/2), 27-48. doi:<https://doi.org/10.1108/03090561311285448>
- Kosasih, E., Suryaputra, V., Yuniawati, A., & Limijaya, A. (2019). Modelo para calcular el costo de los servicios de lavandería considerando los costos e impactos ambientales. *Revista de Contabilidad e Inversiones*, 20(2), 173-197. From https://www.researchgate.net/publication/336006336_Model_for_Calculating_Cost_of_Laundry_Services_by_Considering_Environmental_Impacts_and_Costs
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing Version para Latinoamérica* (Decimoprima ed.). Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (Decimocuarta ed.). In Pearson.
- Lozano Montero, E. (2019). Costos ocultos, una herramienta para la competitividad de las empresas constructoras. *Tendencias en la Investigación Universitaria. Una visión desde Latinoamérica*, 6, 84-96. From <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7787211>
- Mackay-Castro, C. R., Muñoz-Feraud, I. L., Medrano-Freire, E. L., & Mackay-Véliz, R. A. (2023). La inteligencia artificial como nueva alternativa para el marketing. 593 *Digital Publisher CEIT*, 8(6), 660-670. doi:<https://doi.org/10.33386/593dp.2023.6.2099>
- Madrigal, J. A., Cabello Eras, J. J., Hernández Herrera, H., Sousa Santos, V., & Balbis Morejón, M. (2018). Planificación energética para el ahorro de fueloil en una lavandería industrial. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 26(1), 86-96. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052018000100086>
- Maestre Naranjo, J. C., Maldonado Gutiérrez, J. S., Aizaga, M., & Toasa Guachi, R. M. (2023). Identificación de los factores que inciden en la fijación de precios en las

- Pymes comerciales en la ciudad de Quito. *Revista Política Y Ciencias Administrativas*, 2(2), 40–61. doi:<https://doi.org/10.62465/rpca.v2n2.2023.47>
- Martínez-Daza, M. A. (2022). La gestión hacia el cambio organizacional: la situación de los comercios minoristas. *VISUAL REVIEW. Revista Internacional de Cultura Visual*, 12(4), 1-14. doi:<https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3764>
- Martínez-Jiménez, A., García-Salazar, J. A., García-de los Santos, G., Ramírez-Valverde, G., Mora-Flores, J. S., & Matus-Gardea, J. A. (2020). CONTROL DE LA OFERTA DE NARANJA EN MÉXICO COMO MECANISMO PARA CONTROLAR VOLATILIDAD DE PRECIOS. *Revista fitotecnica mexicana*, 43(2), 223-231. doi:<https://doi.org/10.35196/rfm.2020.2.223>
- Marulanda, C., López, M., & López, F. (2016). La Cultura Organizacional y las Competencias para la Gestión del Conocimiento en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs) de Colombia. *Información tecnológica*, 27(6), 03-10. doi:<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642016000600002>
- Merlo, E., Reinoso, N., Rubino, M., & Ruggeri, Y. (2013). *Los costos y la toma de decisiones. [Tesis de grado, Universidad Nacional de Cuyo. Repositorio institucional.* From https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5240/merlofinal.pdf
- Monferrer, T. (2013). *Fundamentos del Marketing*. Castillo de la plana, España: Universitat Jaume.
- Morales, P., Smeke, J., & Huerta, L. (2018). *Costos gerenciales*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.
- Muriyatmoko, D., Taufiqurrahman, T., & Munif Ahsani, M. (2023). Aplicaciones Android para lavandería que utilizan el patrón de presentación de vista de modelo. *JIMP* -

- Revista informática Merdeka Pasuruan*, 8(1), 43-51. From <https://www.scilit.com/publications/560d80053635fc702954077e79ae192b>
- Negrete Doria, E. F. (2016). Aspectos procesales de la competencia desleal. *Justicia juris*, 12(1), 56-64. doi:<https://doi.org/10.15665/rj.v12i1.887>
- Neme-Castillo, O., Valderrama-Santibáñez, A. L., & Chiatchoua, C. (2021). Análisis de las competencias núcleo y el desarrollo empresarial en las MIPES: estudio de caso. *Revista CEA*, 7(13). doi:<https://doi.org/10.22430/24223182.1599>
- Núñez-Rodríguez, J. d.-R., González-Verjel, M. S., Arámbula-García, C. I., & Sánchez-Frank, J. V. (2022). Impactos de la pandemia del COVID-19 en la producción, distribución y consumo de productos agropecuarios en el departamento Norte de Santander, Colombia. *AiBi Revista De Investigación, Administración E Ingeniería*, 10(3), 34-43. From https://revistas.udes.edu.co/aibi/article/view/impactos_de_la_pandemia_del_COVID_19_en_la_produccion_distribuci
- Ollivier Fierro, J. Ó., Martínez Ramos, P. J., & Santini Esparza, V. M. (2012). Dependencia de la innovación de los cursos de capacitación al personal en empresas. *RICEA Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 1(2), 17-31. doi:<https://www.ricea.org.mx/index.php/ricea/article/view/12>
- Peña Ahumada, N. B., Posada Velázquez, R., Aguilar Rascón, O. C., Franco Zesati, R. E., González Esparza, G., Hernández Mata, O. A., & Llamas Martínez, A. A. (2022). *Capacitación y desarrollo de habilidades de los directores de las mypes de Latinoamérica. TOMO II. iQu4tro*. From <chrome-extension://efaidnbmninnibpcjpcglclefindmkaj/https://relayn.redesla.la/biblioteca/2.002/RELAYN-TOMO2.pdf>

- Peñaranda Castillo, O. E., & Sandoval Peñaranda, G. D. (2021). *Propuesta de mejoramiento de la gestión de los costos en la empresa lavandería nuevo milenio ubicada en la ciudad de San José de Cúcuta. [Tesis de Grado, Universidad Francisco de Paula Santander]*. Repositorio Institucional, San José de Cúcuta. From <https://repositorio.ufps.edu.co/handle/ufps/7210>
- Ponce Álvarez, C. V., & Muñoz Moreira, G. N. (2024). GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y RENTABILIDAD EN LA MICROEMPRESA “TODO CELL” DEL CANTÓN MONTECRISTI. *Ciencia y Desarrollo*, 27(2), 347-357. doi:<http://dx.doi.org/10.21503/cyd.v27i2.2627>
- Ponce de León, J., & Choque, D. (2024). *Costos de servicio de reencauche y fijación de precios en la Empresa Reencauchadora León E.I.R.L. Cusco - San Jerónimo, periodo 2021. [Tesis de grado, Universidad Andina del Cusco]*. Repositorio institucional. From <https://hdl.handle.net/20.500.12557/7107>
- Rios Nequis, E. I., & Domínguez Villalobos, L. (2018). Patrones de competencia y su efecto en los precios de medicamentos con patente vencida en México: el caso de los antibióticos. *Economía*, 41(82), 125-156. From <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/economia/article/view/20912>
- Riveros Mosquipa, R. P., & Mamani Yucra, K. E. (2019). *Costos de servicio de lavandería al seco y al vapor, en la Empresa Polo Sur Cusco E.I.R.L. y la comercialización en el distrito de Cusco periodo 2018. [Tesis de Grado, Universidad Andina del Cusco]*. Repositorio Institucional, Peru. From <https://hdl.handle.net/20.500.12557/3333>
- Rivoin López, C., & Chávez Rivas, P. I. (2023). E- COMMERCE PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS COMERCIALES. *HORIZONTE EMPRESARIAL*, 10(2), 217-231. doi:<https://doi.org/10.26495/rce.v10i2.2676>

- Robson-Vicens, C. M., Noguera López, M. Y., & Bertolino, G. (2022). El costeo por actividades en empresas de servicios. Aplicación en empresa de logística en la Provincia de Santa Fe, Argentina. *Horizontes Empresariales*, 21(2), 42-61. doi:<https://doi.org/10.22320/hem.v21i2.5796>
- Romero, R. (n.d.). *Marketing*. Editora Palmir E.I.R.L.
- Rosales, E. (2019). *Costos por servicios y fijación del precio de venta del hotel Tabuba, comuna Montañita, provincia de Santa Elena, año 2018. [Tesis de grado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]*. Repositorio institucional. From <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5192>
- Ruiz Hernández, J. A., Barrios Puente, G., & Gómez Gómez, A. A. (2019). Análisis del precio de la manzana mediante un modelo SARIMA. *Revista Mexicana De Ciencias Agrícolas*, 10(2), 225–237. doi:<https://doi.org/10.29312/remexca.v10i2.509>
- Ruiz, D. (2020). Conocimiento en costos y presupuestos, y la gestión de empresarios de las MYPES de fabricación láctea, provincia de Cajamarca, 2010. *Revista CIENCIA Y TECNOLOGÍA*, 16(3), 37-44. From <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/3008>
- Sánchez-Romeu, P., & Rattia Lima, E. (2015). Estrategias de ajuste ante choques hipotéticos de oferta y demanda. Resultados de una encuesta a empresas mexicanas. *El Trimestre Económico*, 82(327), 617–674. doi:<https://doi.org/10.20430/ete.v82i327.179>
- Santos Pajuelo, H. J. (2020). *Evaluación de los costos de servicios y su efecto en la rentabilidad de la “Lavandería Roque”, Nuevo Chimbote – 2020. [Tesis de Grado, Universidad César Vallejo]*. Repositorio Institucional, Perú. From <https://hdl.handle.net/20.500.12692/52951>
- Silva Ruiz, J. (2010). La eficiencia y la equidad en la fijación de precios de los servicios públicos: evolución de la teoría de la tarifa óptima en dos partes y el caso del servicio

- de agua potable. *Revista CIFE: Lecturas De Economía Social*, 12(16), 95.
doi:<https://doi.org/10.15332/s2248-4914.2010.0016.05>
- Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85–101. doi:<https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Sinchi-Morocho, M. J., Narváez-Zurita, C. I., & Ormaza-Andrade, J. E. (2020). Sistema de costos como instrumento de control en la industria textil del Ecuador. *CIENCIAMATRIA*, 6(2), 615-641. doi:<https://doi.org/10.35381/cm.v6i2.399>
- Solís-Radilla, M. M., Hernández-Lobato, L., & Villagómez-Méndez, J. (2016). El Valor Percibido del Destino Turístico en Relación con el Perfil del Turista en Acapulco, Guerrero-México. *Investigación administrativa*, 45(118). From https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782016000200002
- Soto MuJiCa, J. C. (2021). PROPUESTA DE SISTEMA DE COSTOS E INCIDENCIA EN LA UTILIDAD DE LA LAVANDERÍA INDUSTRIAL WASH S.A.C. *Quipukamayoc*, 29(61), 85-94. doi:<https://doi.org/10.15381/quipu.v29i61.20969>
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing* (13th ed.). McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Tadeo Barreto, G., Huerta Molinas, J., Riquelme Martínez, C., & Navarro Garay, A. (2021). La incidencia de los factores de diferenciación en la dispersión de precios en el mercado minorista. Un estudio econométrico aplicado al rubro de combustibles. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(4), 5007-5022. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i4.672
- Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. Limusa.

- Toledo Concha, E. J., & León Reyes, V. M. (2022). Análisis de la rentabilidad de las cajas rurales de ahorro y crédito en el Perú. *Revista Activos*, 20(1), 134-151. From <https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/activos/article/view/7870>
- Trujillo Cuidad, M. R., Elías Silupu, J. W., & Cárdenas Rosales, C. R. (2021). Reingeniería de las herramientas de gestión en los servicios y su incidencia con la calidad de atención de los usuarios del Hospital “Walter Cruz Vilca” Alto Moche, Trujillo. *SENDAS*, 2(4), 1-18. doi:<https://doi.org/10.47192/rcs.v2i4.70>
- Vargas Salmerón, A. L. (2022). Modelo para la estimación de precios de transporte de ganado a subastas en Costa Rica. *E-Agronegocios*, 8(2), 46–64. doi:<https://doi.org/10.18845/ea.v8i2.6144>
- Vistín Guilcapi, P. G., Erazo- Alvarez, G. O., & Ramón Poma, G. M. (2024). Viabilidad comercial de un Restaurante de Costillas al Barril en Riobamba, Ecuador. *Religación*, 9(41). doi:<https://doi.org/10.46652/rgn.v9i41.1254>
- Yaguas, O. (2022). Diseño de un sistema de costos operativos mediante Power Pivot de MS Excel. *Revista de Ingeniería Industrial Actualidad y Nuevas Tendencias*, 8(29), 73-84. From https://www.researchgate.net/publication/368774429_Disenio_de_un_sistema_de_costos_operativos_mediante_Power_Pivot_de_MS_Excel

Los anexos, panel fotográfico y otros documentos están resguardados en la oficina de repositorio digital institucional en la Biblioteca Central de la Universidad Tecnológica de los Andes