

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

**GASTOS OPERATIVOS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS DEL
CENTRO COMERCIAL EL PARAÍSO DEL DISTRITO DE
SANTIAGO - CUSCO, 2023**

PRESENTADO POR:

BACH. WILLIAM LOPEZ QUISPE

BACH. FIORELLA EVELIN DIAZ FLORES

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

ASESOR:

DR. ZENON LATORRE VALDEIGLESIAS

CUSCO – PERÚ

2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada: Gastos Operativos
y Determinación de Precios del Centro Comercial EL Paraíso del Distrito
de Santiago - Cusco, 2023

Presentado por: Br Lopez Quispe, William DNI N° 71383744
presentado por: Br Diaz Flores, Fiorella Evelyn DNI N°: 70302969
Para optar el título profesional/grado académico de Contador Público

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 02 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 9%.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	☒
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	☐
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	☐

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto las primeras páginas del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 24 de Marzo de 2025

Firma

Post firma Zenon Latorre Valdeiglesias

Nro. de DNI 23849024

ORCID del Asesor 0000-0003-4739-9015

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: oid: 27259:442092144

BACH. WILLIAM LOPEZ QUISPE BACH. FIORELLA E...

GASTOS OPERATIVOS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS DEL CENTRO COMERCIAL EL PARAÍSO DEL DISTRITO DE SANTIAG

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:442092144

Fecha de entrega

24 mar 2025, 10:30 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

24 mar 2025, 10:35 a.m. GMT-5

Nombre de archivo

Gastos operativos y determinación de precios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Sa.....docx

Tamaño de archivo

957.8 KB

106 Páginas

21.214 Palabras

118.983 Caracteres

9% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text
- Small Matches (less than 20 words)

Exclusions

- 3 Excluded Sources
- 2 Excluded Matches

Top Sources

- 7%  Internet sources
- 1%  Publications
- 6%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Dedicatoria

Dedico esta tesis de investigación en particular a mis padres, Miguel López Cáceres y Uvaldina Quispe Vargas, quienes me han brindado su apoyo incondicional, su gran amor y su gran cariño, quienes siempre me motivan y me brindan el apoyo constante para el cumplimiento de mis objetivos y metas profesionales. por tanto, gracias a ellos en la actualidad soy un gran ser humano. Sobre todo, por la lucha diaria, por alentarme cuando pensé a rendirme y al final agradezco a mi perseverancia, y la fuerza de la voluntad, las ganas de superarme y sobre todo a dios por permitir llegar a esta etapa.

Atte. William López Quispe

A Dios, por ser mi guía y fortaleza en cada paso de este camino. Gracias por darme sabiduría, paciencia y la oportunidad de alcanzar este logro. En Ti confío siempre, y este trabajo es una muestra de Tu bondad y amor infinito.

A mi familia, cuyo amor y apoyo incondicional han sido la fuerza que me impulsó a seguir adelante. A mis padres, por su sabiduría, sacrificio y por enseñarme a luchar siempre por mis sueños.

A mi esposo, por su amor, paciencia y comprensión en cada etapa de este proceso. Gracias por ser mi compañero incansable, por estar a mi lado en los momentos difíciles y por celebrar conmigo cada victoria.

A mi hija, mi mayor motivación y razón de ser, por recordarme todos los días lo importante que es luchar por un futuro mejor para ella. Tu sonrisa y amor me dieron la fuerza para continuar.

Este trabajo es el resultado de la bendición y apoyo de todos ustedes. Gracias por ser mi pilar en todo momento.

Atte. Fiorella Evelin Diaz Flores

Agradecimiento

Quiero expresar mi agradecimiento a la universidad Nacional de san Antonio de abad del cusco nuestra casa de estudio por haberme acogido en las aulas durante mi formación profesional y a todos los docentes de la escuela profesional de contabilidad por todas las enseñanzas que nos brinda en las aulas universitarias.

Agradezco también a mi asesor Dr. Zenón Latorre Valdeiglesias por su orientación y paciencia y su apoyo constante en proceso de investigación.

Mi mayor agradecimiento al profesor Manual Vicente Solís Yepes, por habernos apoyado con la información necesaria para el desarrollo de presente de nuestra tesis de investigación, y sus conocimientos y sugerencias que fueron fundamental para realizar un trabajo de calidad de investigación.

Atte. William López Quispe

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todas las personas que han sido fundamentales en la realización de esta tesis, especialmente a mi familia, cuyo apoyo incondicional ha sido la base de todo este proceso.

A Dios, por darme la fuerza, sabiduría y paciencia para enfrentar cada desafío. Gracias por iluminar mi camino y por permitirme llegar hasta este logro. Sin su bendición, nada de esto habría sido posible.

A mis padres, Benito Diaz Ccasa Y Delina Flores Caller, por su amor, sacrificio y apoyo constante. Gracias por haberme inculcado la importancia de la educación y por estar siempre a mi lado en cada paso de mi vida, este logro es también el reflejo de su dedicación y apoyo, sin ustedes, no lo habría logrado.

A mi pareja, Alexander Junior Bravo Cahuascano, por su paciencia, comprensión y por ser mi pilar en los momentos más difíciles. Gracias por tu constante apoyo y por creer en

mi. Tu amor y comprensión me han dado fuerzas para seguir adelante, tu presencia ha sido esencial para que pudiera cumplir este sueño.

A mi hija, Daernerys Alisha Bravo Diaz, por recordarme todos los días lo que realmente importa y por brindarme fuerzas para seguir adelante. Eres mi mayor inspiración y este logro también es para ti.

A mis docentes de la Facultad de Contabilidad, por su orientación, compromiso y enseñanza. Gracias por compartir sus conocimientos, por su constante apoyo académico y por haberse convertido en verdaderos guías en mi formación profesional. Sus enseñanzas han sido esenciales para poder desarrollar este trabajo con éxito

Finalmente, agradezco a todas las personas que, de alguna manera, contribuyeron a este trabajo, a quienes me ofrecieron su apoyo, sus conocimientos y su tiempo.

A todos ustedes, mi más sincero agradecimiento.

Atte. Fiorella Evelin Diaz Flores

Índice general

Dedicatoria	I
Agradecimiento	II
Índice general	IV
Lista de cuadros	VI
Lista de figuras	VIII
Resumen	IX
Abstract.....	X
INTRODUCCIÓN.....	XI
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Situación problemática.....	1
1.2. Formulación del problema	3
a. Problema general	3
b. Problemas específicos	3
1.3. Justificación de la investigación	3
1.4. Objetivos de la investigación.....	5
a. Objetivo general	5
b. Objetivos específicos	5
II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	6
2.1. Bases teóricas.....	6
2.2. Marco conceptual.....	12
2.3. Antecedentes empíricos de la investigación	13
III. HIPÓTESIS Y VARIABLES	21
3.1. Hipótesis	21
a. Hipótesis general	21
b. Hipótesis específicas	21
3.2. Identificación de variables	21
3.3. Operacionalización de variables	23
IV. METODOLOGÍA	24
4.1. Ámbito de estudio	24
4.2. Tipo y nivel de investigación.....	25
4.3. Unidad de análisis	26
4.4. Población de estudio	26

4.5. Tamaño de muestra	27
4.6. Técnicas de selección de muestra	28
4.7. Técnicas de recolección de información.....	28
4.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información	29
4.9. Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas	30
V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	31
5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados.....	31
5.2. Pruebas de hipótesis.....	66
5.3. Discusión de resultados	75
CONCLUSIONES.....	81
RECOMENDACIONES	83
REFERENCIAS	85
ANEXOS.....	89

Lista de cuadros

Cuadro 1	Operacionalización de variables.....	23
Cuadro 2	Tipos de empresas en el Centro Comercial el Paraíso.....	27
Cuadro 3	Ficha técnica.....	29
Cuadro 4	Procedimientos de los datos	30
Cuadro 5	Estadística de fiabilidad de las variables	31
Cuadro 6	Análisis de los gastos operativos.....	32
Cuadro 7	Análisis de los gastos administrativos.....	34
Cuadro 8	Análisis de los gastos de venta	36
Cuadro 9	Análisis de los gastos financieros.....	38
Cuadro 10	Análisis de la determinación de precio.....	40
Cuadro 11	Análisis del costo actual/ valor.....	42
Cuadro 12	Análisis del valor de mercado	44
Cuadro 13	Análisis del precio	46
Cuadro 14	Resultados del indicador 01: Remuneraciones.....	48
Cuadro 15	Resultados del indicador 02: Alquiler de oficinas.....	49
Cuadro 16	Resultados del indicador 03: Mantenimiento de oficinas.....	50
Cuadro 17	Resultados del indicador 04: Servicios básicos.....	51
Cuadro 18	Resultados del indicador 05: Publicidad	52
Cuadro 19	Resultados del indicador 06: Suministros	53
Cuadro 20	Resultados del indicador 07: Transporte	54
Cuadro 21	Resultados del indicador 08: Prestamos	55
Cuadro 22	Resultados del indicador 09: Intereses	56
Cuadro 23	Resultados del indicador 10: Costo de adquisición.....	57
Cuadro 24	Resultados del indicador 11: Variación de existencias	58
Cuadro 25	Resultados del indicador 12: Costos vinculados con las compras.....	59
Cuadro 26	Resultados del indicador 13: Valor de mercado.....	60
Cuadro 27	Resultados del indicador 14: Costo de oportunidad.....	61
Cuadro 28	Resultados del indicador 15: Condiciones del entorno	62
Cuadro 29	Resultados del indicador 16: Competencia	63
Cuadro 30	Resultados del indicador 17: Promociones.....	64
Cuadro 31	Resultados del indicador 18: Descuentos	65
Cuadro 32	Prueba de normalidad	66

Cuadro 33	Prueba de chi-cuadrado de la hipótesis general.....	67
Cuadro 34	Prueba de correlación de Spearman del objetivo general.....	68
Cuadro 35	Prueba de chi-cuadrado de la hipótesis específico 1	69
Cuadro 36	Prueba de correlación de Spearman del objetivo específico 1	70
Cuadro 37	Prueba de chi-cuadrado de la hipótesis específico 2	71
Cuadro 38	Prueba de correlación de Spearman del objetivo específico 2	72
Cuadro 39	Prueba de chi-cuadrado de la hipótesis específico 3	73
Cuadro 40	Prueba de correlación de Spearman del objetivo específico 3	74

Lista de figuras

Figura 1	Ubicación geográfica del Centro Comercial el Paraíso	24
Figura 2	Nivel descriptivo correlacional	25
Figura 3	Análisis de los gastos operativos.....	32
Figura 4	Análisis de los gastos administrativos.....	34
Figura 5	Análisis de Gastos de venta.....	36
Figura 6	Análisis de los gastos financieros	38
Figura 7	Análisis de la determinación de precio	40
Figura 8	Análisis del costo actual/ valor	42
Figura 9	Análisis del valor de mercado	44
Figura 10	Análisis del precio	46
Figura 11	Resultados del indicador 01: Remuneraciones.....	48
Figura 12	Resultados del indicador 02: Alquiler de oficinas.....	49
Figura 13	Resultados del indicador 03: Mantenimiento de oficinas.....	50
Figura 14	Resultados del indicador 04: Servicios básicos.....	51
Figura 15	Resultados del indicador 05: Publicidad	52
Figura 16	Resultados del indicador 06: Suministros	53
Figura 17	Resultados del indicador 07: Transporte	54
Figura 18	Resultados del indicador 08: Prestamos	55
Figura 19	Resultados del indicador 09: Intereses	56
Figura 20	Resultados del indicador 10: Costo de adquisición.....	57
Figura 21	Resultados del indicador 11: Variación de existencias	58
Figura 22	Resultados del indicador 12: Costos vinculados con las compras.....	59
Figura 23	Resultados del indicador 13: Valor de mercado.....	60
Figura 24	Resultados del indicador 14: Costo de oportunidad.....	61
Figura 25	Resultados del indicador 15: Condiciones del entorno	62
Figura 26	Resultados del indicador 16: Competencia	63
Figura 27	Resultados del indicador 17: Promociones.....	64
Figura 28	Resultados del indicador 18: Descuentos	65

Resumen

La investigación titulada "Gastos operativos y determinación de precios del centro comercial el paraíso del distrito de Santiago - cusco, 2023" tuvo como objetivo: "Describir la relación entre los gastos operativos y el proceso de determinación de precios del Centro Comercial el Paraíso distrito de Santiago - Cusco, 2023". Para lograr esto, se empleó un marco metodológico con un tipo aplicado, utilizando un nivel correlacional, el diseño fue no experimental de corte transversal, la muestra estuvo conformado por 59 empresarios del Centro Comercial el Paraíso distrito de Santiago - Cusco, la técnica e instrumento utilizados fueron la encuesta y el cuestionario, y los datos recopilados fueron procesados mediante el software estadístico SPSS V25.

En conclusión, los resultados del análisis indican que existe una relación significativa entre los gastos operativos y el proceso de determinación de precios por parte de los empresarios. Este hallazgo indica que los gastos operativos influyen de manera notable en cómo los empresarios fijan los precios de sus productos, sugiriendo que un incremento en estos gastos tiende a reflejarse en un ajuste en los precios. Esta relación subraya la importancia de considerar los costos operativos como un factor clave en la estrategia de precios, y destaca la necesidad de una gestión financiera eficiente para mantener una adecuada alineación entre los costos y las decisiones de precios, lo que a su vez puede impactar la competitividad y rentabilidad de los negocios en el centro comercial.

Palabras clave

Gastos operativos, determinación de precios.

Abstract

The research titled "Operating expenses and price determination of the El Paraíso shopping center in the district of Santiago - Cusco, 2023" had the objective: "Describe the relationship between operating expenses and the price determination process of the El Paraíso Shopping Center in the district of Santiago. Santiago - Cusco, 2023". To achieve this, a methodological framework with an applied type was used, using a correlational, the design was non-experimental cross-sectional, the sample was made up of 59 businessmen from the El Paraíso Shopping Center, district of Santiago - Cusco, the technique and instrument used were the survey and the questionnaire, and the data collected were processed using the SPSS V25 statistical software.

In conclusion, the results of the analysis indicate that there is a significant relationship between operating expenses and the price determination process by entrepreneurs. This finding indicates that operating expenses significantly influence how entrepreneurs set the prices of their products, suggesting that an increase in these expenses tends to be reflected in an adjustment in prices. This relationship underscores the importance of considering operating costs as a key factor in pricing strategy, and highlights the need for efficient financial management to maintain proper alignment between costs and pricing decisions, which in turn can impact the competitiveness and profitability of businesses in the shopping center.

Keywords

Operating expenses, price determination.

INTRODUCCIÓN

El objetivo principal de esta investigación es describir la relación entre los gastos operativos y el proceso de determinación de precios del Centro Comercial el Paraíso distrito de Santiago - Cusco, 2023. Para respaldar este estudio, se ha recurrido a una amplia gama de fuentes de información que sirven como base esencial para su desarrollo. La estructura de la investigación se ha dividido en cinco secciones distintas, detalladas de la siguiente manera:

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, se presenta la formulación del problema, donde se aborda la situación problemática actual, se plantean los problemas específicos y se establecen tanto el objetivo general como los objetivos específicos de la investigación. Además, se proporciona una justificación para llevar a cabo el estudio.

II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL, aborda el marco teórico, donde se recopila información proveniente de diversas fuentes, permitiendo acceder a antecedentes a nivel internacional, nacional y local. Esto se complementa con la elaboración de un marco conceptual y el desarrollo de hipótesis, tanto generales como específicas, basadas en la definición de variables.

III. HIPÓTESIS Y VARIABLES, se presenta la hipótesis, tanto generales como específicas, basadas en la definición de variables.

IV. METODOLOGÍA, se detalla la metodología de investigación, especificando aspectos como el enfoque, tipo, nivel, método y diseño de la investigación. También se identifica la población de estudio, se determina el tamaño de la muestra y se describe la unidad de análisis. Además, se presenta la técnica y el instrumento utilizados para recolectar los datos.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN, se centra en los resultados y la discusión, donde se presentan los hallazgos derivados del procesamiento de datos en el sistema estadístico. Se incluye información sobre la confiabilidad del estudio, se realizan pruebas de hipótesis y se

muestran las distribuciones de frecuencia. Posteriormente, se analizan y discuten en detalle los resultados obtenidos, teniendo en cuenta los antecedentes que respaldan los hallazgos.

Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones, derivadas del análisis de los resultados obtenidos al término de la investigación. Se incluyen también las referencias bibliográficas que se utilizaron como fuente para el desarrollo del estudio y se adjuntan los anexos correspondientes, que proporcionan apoyo y respaldo adicional a la investigación.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación problemática

A nivel internacional, las empresas se enfrentan a un reto significativo al intentar optimizar sus gastos operativos para mejorar sus estrategias de fijación de precios. Esta tarea se ve dificultada por la compleja interacción de factores económicos, comerciales y regulatorios que impactan el entorno empresarial. La volatilidad en los precios de las materias primas y suministros, las fluctuaciones en los tipos de cambio, las normativas comerciales y arancelarias, los costos laborales variables y la intensa competencia global son algunos de los elementos que complican la gestión eficiente de los gastos operativos. En este escenario, las empresas están bajo constante presión para reducir costos sin sacrificar la calidad ni la competitividad de sus productos y servicios en un mercado cada vez más globalizado y competitivo. Asimismo, la necesidad de adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado y mantenerse a la vanguardia de la innovación añade un nivel adicional de complejidad. Por ello, la gestión de los gastos operativos y la fijación de precios se convierten en un delicado equilibrio entre la eficiencia operativa y la capacidad de satisfacer las demandas del mercado global.

En el contexto peruano, la gestión de los gastos operativos para mejorar los procesos de fijación de precios se presenta como un desafío evidente en un entorno económico caracterizado por la constante fluctuación de los costos de producción y distribución. Factores como la variabilidad en los precios de las materias primas, los costos energéticos y de transporte, así como la inestabilidad de los tipos de cambio, ejercen una presión considerable sobre los márgenes de ganancia de las empresas locales. A esto se suma la complejidad de las regulaciones fiscales y laborales, junto con una competencia feroz tanto a nivel local como internacional, lo que dificulta aún más mantener una estructura de costos eficiente y precios competitivos. En este contexto, las empresas peruanas se enfrentan al reto

de optimizar sus gastos operativos sin comprometer la calidad de sus productos y servicios, buscando al mismo tiempo mantener su rentabilidad y competitividad en un mercado dinámico y altamente exigente. Para superar estos desafíos, se requiere una gestión estratégica y competente que permita a las empresas adaptarse a las condiciones cambiantes del entorno empresarial y aprovechar las oportunidades emergentes en un entorno en constante transformación.

En el distrito del Cusco, el "Centro Comercial El Paraíso" alberga una variedad de micro y pequeñas empresas que ofrecen una amplia gama de bienes y servicios, atrayendo a numerosos clientes interesados en adquirir equipos informáticos, como laptops, impresoras, suministros, accesorios y servicios relacionados. Durante el periodo de emergencia, estas empresas experimentaron un notable aumento en sus ventas, lo que impulsó su productividad y competitividad. Sin embargo, a pesar de estos avances, muchas de ellas enfrentan desafíos significativos en la gestión de sus costos operativos y la definición de precios.

La gestión de costos en un entorno minorista altamente competitivo y en constante evolución requiere enfrentar desafíos como el alquiler de locales, los costos de personal, los servicios públicos y otros gastos operativos específicos del comercio. Además, la fuerte competencia entre los comerciantes del centro comercial, junto con las cambiantes expectativas de los consumidores locales y turistas, hace aún más difícil fijar precios competitivos que aseguren márgenes de beneficio adecuados. En este contexto complejo, los empresarios del Centro Comercial El Paraíso deben buscar estrategias eficaces para manejar sus gastos operativos de manera eficiente y mejorar sus procesos de determinación de precios para mantener su viabilidad económica y competitividad en el mercado local.

1.2. Formulación del problema

a. Problema general

¿Cuál es la relación entre los gastos operativos y el proceso de determinación de precios del Centro Comercial el Paraíso distrito de Santiago - Cusco, 2023?

b. Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre los gastos administrativos y el proceso de determinación de precios del Centro Comercial el Paraíso distrito de Santiago - Cusco, 2023?
- ¿Cuál es la relación entre los gastos de venta y el proceso de determinación de precios del Centro Comercial el Paraíso distrito de Santiago - Cusco, 2023?
- ¿Cuál es la relación entre los gastos financieros y el proceso de determinación de precios del Centro Comercial el Paraíso distrito de Santiago - Cusco, 2023?

1.3. Justificación de la investigación

a. Justificación teórica

El objetivo de la investigación fue proporcionar una justificación teórica, debido a que este se enfocó en mejorar la comprensión de los gastos operativos. Para lograr esto, se examinaron detalladamente los diversos tipos de gastos enfrentados por los empresarios, incluyendo los gastos administrativos, de venta y operativos. Además, se analizó a fondo el proceso de determinación de precios, considerando factores clave como la oferta y la demanda del mercado, así como el costo de oportunidad asociado. Para llevar a cabo este análisis, fue fundamental recopilar y evaluar información de diversas fuentes, tales como libros especializados, artículos científicos y datos históricos relevantes tanto a nivel nacional como internacional. Este enfoque integral permitió una comprensión más exhaustiva y

precisa de los factores que afectan los gastos operativos y la determinación de precios en el ámbito empresarial.

b. Justificación práctica

El trabajo de investigación se centró en una justificación práctica con el objetivo de convertirlo en una herramienta útil para los empresarios que comercializan productos tecnológicos en el Centro Comercial El Paraíso. Este estudio ofreció una comprensión más profunda de los gastos operativos y la determinación de precios. Además, la herramienta no solo beneficio a los empresarios, sino que también aportó al rendimiento académico de los estudiantes de la Escuela Profesional de Contabilidad, al proporcionarles recursos detallados y actualizados sobre el tema, lo que mejoró significativamente su desempeño académico.

c. Justificación metodológica

Este estudio se sustentó en una base metodológica sólida, que incluyó la exploración de diversas opciones para la recolección de datos con el objetivo de analizar y proponer mejoras de manera exhaustiva. Elegir una metodología adecuada es crucial para garantizar la calidad y credibilidad de los resultados. En este marco, se evaluaron diferentes enfoques, como encuestas y revisión de la literatura especializada, para obtener una comprensión integral del tema en cuestión.

d. Justificación social

Este estudio se sustentó en una justificación sólida, fundamentada en la interacción social a través de los datos proporcionados por los empresarios que se dedican a la venta de productos tecnológicos en el Centro Comercial El Paraíso. La recolección directa de información permitió obtener una comprensión detallada de la importancia de gestionar adecuadamente los gastos operativos para mejorar los procesos de determinación de precios.

1.4. Objetivos de la investigación

a. Objetivo general

Describir la relación entre los gastos operativos y el proceso de determinación de precios del Centro Comercial el Paraíso distrito de Santiago - Cusco, 2023.

b. Objetivos específicos

- Describir la relación entre los gastos administrativos y el proceso de determinación de precios del Centro Comercial el Paraíso distrito de Santiago - Cusco, 2023.
- Describir la relación entre los gastos de venta y el proceso de determinación de precios del Centro Comercial el Paraíso distrito de Santiago - Cusco, 2023.
- Describir la relación entre los gastos financieros y el proceso de determinación de precios del Centro Comercial el Paraíso distrito de Santiago - Cusco, 2023.

II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Bases teóricas

2.1. 1. *Gastos operativos*

Enache y Srivastava (2018) son aquellos gastos incurridos para operar el negocio en el periodo que indica el estado de ganancias y pérdidas, estos a su vez conllevan a la ejecución de las actividades diarias de una organización, que incluyen nóminas, comisiones, ventas, beneficios para empleados y contribuciones de pensiones, clasificados en gastos de ventas y gastos de administración

Lambretón y Garza (2016) afirman que los gastos operativos se ejecutan con el propósito de generar ingresos y facilitar el ciclo comercial de cada entidad, el cual consiste en adquirir o producir bienes y servicios para posteriormente comercializarlos y obtener beneficios. En otras palabras, los gastos operativos son indispensables para mantener en funcionamiento las actividades necesarias que permiten a una organización llevar a cabo su proceso de compra, producción y venta, fundamentales para su crecimiento y éxito en el mercado.

Rivadeneyra (2014) afirma que los gastos operativos hacen referencia a los costos en lo que un ente incurre como parte de sus movimientos habituales del giro de sus actividades, sin incluir los costos de bienes vendidos; estos gastos de operación comprenden los gastos administrativo, gastos de venta y gastos financieros.

Pérez (2013) los gastos operativos son fundamentales en toda organización, desde que se decide abrir o iniciar una actividad empresarial, esta asume los trances de afrontar los gastos dado su rentabilidad y con ello brindar alternativas que busquen mejoras en la situación económica y financiera.

2.1.1.1. Dimensiones relacionadas con los gastos operativos

A. Gastos administrativos

Chiliquinga y Vallejos (2017) lo define como los gastos que no se encuentran relacionados de manera directa con la fabricación ni las ventas, en otras palabras, son aquellos gastos que siempre estarán incurridos a pesar que la empresa no genera operatividad. Se clasifican bajo el grupo de gastos operacionales de administración, por conceptos tales como honorarios, impuestos, arrendamientos y alquileres, contribuciones y afiliaciones, seguros, servicios y provisiones.

López (2016) Están constituidos por el conjunto de operaciones que se realizan dentro y fuera de la empresa, considerando el área de gerencia, auditoría, contabilidad, crédito, cobranzas y oficinas en general, basados en las depreciaciones, amortizaciones y aplicaciones relacionadas con el manejo y dirección de sus operaciones.

Rivadeneira (2014) Es el registro de los valores que incurran durante el ejercicio o actividad operacional, enfocados a la dirección, planeación y organización de políticas establecidas, así como incurridas a las áreas ejecutivas, legal y comercial, que constituyan los gastos de los colaboradores y los servicios en general.

B. Gastos de venta

Ptok et al. (2018) los conceptualizan como las comisiones para determinar descenso en el coste de los activos o de un incremento de los pasivos, por otro lado, es un conjunto relacionado a las depreciaciones y amortizaciones con el despacho y entrega, es decir el valor final que se le brinda al producto o servicio basado en los gastos de promoción, propaganda y los gastos del departamento de ventas y personal.

Fierro y Fierro (2015) son gastos relacionados al objeto o producto de la firma, atribuido a los gastos de almacén destinado al consumidor final; por lo tanto, están vinculados con el movimiento o situación financiera de la empresa, entre los más conocidos están los salarios del personal, publicidad, mantenimiento, soporte y valor agregado.

García y Paredes (2014) señalan que los gastos de ventas comprenden todas las inversiones, depreciaciones, amortizaciones y desembolsos vinculados al proceso de almacenamiento, despacho y entrega de los productos que la empresa fabrica, estos gastos engloban una variedad de actividades fundamentales para el éxito comercial, desde la gestión de inventario hasta la distribución efectiva de los bienes al cliente final.

C. Gastos financieros

Sevilla (2020) Los gastos financieros constituyen un componente crucial en la gestión económica tanto para empresas como para individuos, abarcando aquellos desembolsos originados por la adquisición de financiamiento o la titularidad de pasivos financieros. Esta categoría de gastos tiene un impacto significativo en la estabilidad financiera y la capacidad operativa de las entidades, ya que influyen directamente en los costos asociados a la obtención de recursos para financiar proyectos, inversiones o simplemente para cubrir necesidades de liquidez.

Lago (2020) Los gastos financieros son costos a los que una empresa incurre al obtener financiamiento externo, ya sea a través de préstamos bancarios, emisión de bonos u otra forma de endeudamiento.

García (2016) Son los gastos que una firma incurre para solventar económicamente y financieramente los costos derivados por su operacionalización, es decir la financiación que se realiza para el cumplimiento de metas estratégicas, estos pueden ser préstamos solicitados a entidad bancarias, basándose en intereses o cuotas a pagar.

2.1.2. Determinación de precios

Clavijo (2022) La determinación de precios es el proceso mediante el cual se determina la remuneración económica que recibirá una empresa por alguno de sus productos o servicios ofrecidos. La base inicial del precio de venta son los costos de producción y de distribución que conlleva cada uno de los productos. Cabe señalar que en la determinación de precios también intervienen otros factores sumamente importantes, como son las condiciones del mercado en el que participa tu empresa, tus principales competidores y, por supuesto, la percepción y solvencia económica de tus clientes más frecuentes.

Coll (2020) La determinación de precios son precios pactados entre dos compañías que están asociadas, siendo el objetivo de dicho precio transferir, entre ambas, bienes, derechos o cualquier otro activo. Entonces la determinación de precio, es el precio establecido para la transferencia de bienes, derechos, así como otra serie de activos, entre empresas que son asociadas, la determinación de precios se verá mediante el costo actual/valor, el valor de mercado y el precio. Con el fin de evitar que las empresas se transfieran bienes y derechos sin establecer precios de mercado, y con el objetivo de obtener un beneficio fiscal, se establecen la determinación de precios. Estos aseguran que las transferencias de estos activos se realizan de acuerdo con el mercado, y no con objetivos perversos que tratan de evitar el pago de impuestos correspondiente.

Comercio (2020) Son los precios a los que las distintas unidades o filiales de una misma empresa se compran y venden los productos y servicios. Son los precios generalmente establecidos para operaciones vinculadas entre filiales y matriz o entre las mismas filiales. Existen distintas alternativas para fijar la determinación de precios: basarlos en el coste actual, en el coste estándar, en el precio de mercado, en el precio ofrecido a los mejores clientes, etc. La OCDE recomienda utilizar el precio de plena competencia, es decir el precio al cual, productos o servicios similares se ofrecen en el mercado. La determinación de

precios también tienen repercusiones fiscales importantes ya que afectan a los impuestos y derechos de aduana, así como a las políticas de obtención y repatriación de beneficios obtenidos en mercados internacionales. También se denominan precios de cesión interna.

Polo (2018) Debido al fenómeno que ha provocado la globalización en las últimas décadas, miembros de la comunidad internacional se han visto obligados a adaptarse a un ambiente de apertura comercial y de competencia en la atracción de capitales, motivo por el cual estas últimas han sido obligadas a establecer medidas más favorables y de competencia. El término «Determinación de precios» es utilizado para referirse al análisis y asignación de valores a las operaciones entre partes relacionadas. Dichas operaciones son el intercambio de bienes tangibles e intangibles o la prestación de servicios entre las compañías pertenecientes a un mismo grupo empresarial. En este sentido, en una operación entre Partes Relacionadas (Precio de Transferencia) el objetivo común es maximizar las utilidades del grupo en su totalidad y no de cada empresa independiente.

2.1.2.1. Dimensiones relacionadas con la determinación de precios

A. Costo actual/ valor

De acuerdo a la página web Valor-ganado (2019) El Costo Actual (AC) es una función del tiempo y una medida de cuánto dinero ha sido gastado en un proyecto. Es medido en unidades de valor económico (\$). Matemáticamente, el dominio del Costo Actual (AC) es tiempo y el rango es valor económico (\$). El Costo Actual (AC) está claramente asociado con el Valor Ganado (EV) porque las unidades de trabajo que son medidas por AC son las mismas que EV ha añadido como progreso. En otras palabras, cuando una unidad de trabajo ha sido hecha, EV añade el valor planeado de costo para esa unidad de trabajo y AC añade el costo real que tuvo esa unidad de trabajo.

MytripleA (2018) El Valor Actual Neto (VAN) es un método para valorar distintas opciones de inversión. Se trata de actualizar los pagos y cobros de una operación. El Valor Actual se debe calcular para poder conocer la viabilidad de un proyecto empresarial estimando los flujos de caja (entradas y salidas de efectivo) que tiene la empresa para hacer frente al proyecto que quiere llevar a cabo.

B. Valor de mercado

Coll (2021) “El valor de mercado es un concepto muy relacionado con los mercados financieros. Hace referencia al valor que presenta un determinado activo, el cual se establece en función de los participantes en el mercado y la ley de oferta y demanda”

Zanon et al., (2017) “El valor de mercado es el término utilizado para describir cuánto vale un activo o una compañía en el mercado financiero, según los participantes del mercado. Se utiliza habitualmente para referirse a la capitalización bursátil de una empresa, que se calcula multiplicando el número de acciones en circulación por el precio de mercado actual”

C. Precio

Sevilla (2021) “El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria. Para que se produzca una transacción el precio tiene que ser aceptado por los compradores y vendedores. Por ello, el precio es un indicador del equilibrio entre consumidores y ahorradores cuando compran y venden bienes o servicios”

Morán (2016) “El precio es el monto de dinero o moneda que se debe dar el consumidor para adquirir un producto o servicio. Es también el monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar o disfrutar un bien o un servicio. El precio corresponde al valor

monetario (en moneda) asignado a un bien o servicio que representa elementos como trabajo, Materia prima, esfuerzo, atención, tiempo, utilidad, etc”

2.2. Marco conceptual

- **Alquiler de oficinas:** se define como un contrato de arrendamiento mediante el cual una persona o entidad, el arrendador, cede el uso temporal de un espacio físico, la oficina, a otra persona o entidad, el arrendatario, a cambio del pago de una renta periódica.
- **Costo de adquisición:** es una métrica crucial para evaluar la eficiencia de las estrategias de marketing y ventas en la captación de nuevos clientes. Se define como la cantidad promedio que una empresa invierte para convertir un prospecto en cliente.
- **Costos vinculados con las compras:** son aquellos desembolsos adicionales que se incurren durante el proceso de adquisición de bienes o servicios, más allá del precio de compra inicial. Estos costos pueden ser directos o indirectos, y su correcta identificación y gestión son esenciales para determinar el costo total real de una compra.
- **Costo de oportunidad:** es el valor de la mejor opción que se sacrifica al tomar una decisión. En otras palabras, es el beneficio que se deja de percibir al elegir una alternativa sobre otra.
- **Condiciones del entorno:** se refieren al conjunto de factores externos que influyen en el funcionamiento y desarrollo de una empresa, organización o individuo. Estas condiciones pueden ser favorables o desfavorables y abarcan una amplia gama de aspectos, tanto naturales como sociales.

- **Remuneraciones:** es un término amplio que abarca la totalidad de las contraprestaciones que recibe un trabajador a cambio de su trabajo. Abarca tanto el salario en dinero como los beneficios adicionales, y se configura como un elemento fundamental del contrato de trabajo.
- **Variación de existencias:** se refiere al cambio en la cantidad y valor de las existencias (mercancías, materias primas, productos en proceso) de una empresa durante un período contable específico.
- **Valor de mercado:** se refiere al precio que un comprador estaría dispuesto a pagar por él en un mercado abierto y competitivo, en condiciones normales de transacción.
- **Mantenimiento de oficinas:** se define como el conjunto de actividades y procesos que se llevan a cabo para conservar en óptimas condiciones las instalaciones, equipos y mobiliario de un espacio de trabajo
- **Servicios básicos:** son aquellos que permiten el funcionamiento fundamental de la misma, proporcionando la infraestructura y el soporte necesarios para el desarrollo de sus actividades.
- **Suministros:** son bienes y servicios que se consumen o utilizan en el proceso productivo o en la prestación de servicios de una empresa. No forman parte del activo fijo de la empresa, es decir, no son bienes duraderos que se deprecian con el tiempo.

2.3. Antecedentes empíricos de la investigación

2.3.1. Antecedentes internacionales

Castro (2024) En su investigación titulada: “Los costos de producción y la estrategia de determinación de precio de venta de la empresa industrial papelera Ecuatoriana SA (INPAECSA) de la ciudad de Babahoyo”, presentada a la Universidad Técnica de Babahoyo,

para optar el grado académico de licenciada en Contabilidad Y Auditoría, con el objetivo de evaluar los costos de producción y su incidencia en la determinación de precio de venta. La metodología se basó en un tipo de investigación aplicada, método de análisis, deductivo, histórico-lógico y un enfoque mixto. Donde se concluye: una revisión detallada de la estrategia de determinación de precios resalta la necesidad general de adaptarse a un entorno empresarial dinámico. Es esencial comprender a fondo los costos de producción y tener en cuenta factores externos para desarrollar una estrategia efectiva. La flexibilidad en la determinación de precios, alineada con la percepción del valor por parte de los clientes y las condiciones del mercado, emerge como un elemento clave para el éxito en cualquier empresa. Además, en un panorama cambiante, las organizaciones pueden optimizar su posición mediante ajustes estratégicos que equilibren la rentabilidad con la competitividad sostenible.

Cevallos y Rugel (2022) En su investigación titulada: “Costos por servicios y su incidencia en la determinación de precios de la empresa de seguridad alerta red C.S.A.R. Cía. Ltda.”, presentada a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, para optar el grado académico de licenciada en Contabilidad Y Auditoría, con el objetivo de establecer los costos por servicios y su incidencia en la determinación de precios. La metodología se basó en un tipo de investigación descriptiva, bibliográfica, transversal-correlacional-causal y enfoque mixto. Donde se concluye: la implementación del método ABC representa un paso crucial hacia una gestión más precisa y efectiva de los costos. Al adoptar este enfoque, una compañía busca obtener una comprensión más profunda de los costos asociados con cada actividad en el proceso de prestación del servicio de lavado de autos. Al conocer los valores reales de los costos, una compañía podrá tomar decisiones más informadas en cuanto a la determinación de precios y asignación de recursos, lo que contribuirá a mejorar su rentabilidad y competitividad en el mercado.

Durán y Zolano (2019) En su investigación titulada: “La importancia de la planeación de costo de producción y su efecto en la determinación de precios de productos”, presentada a Revista de Investigación Académica sin Frontera, con el objetivo de determinar, con base en las opiniones de los gerentes, la importancia de la planificación de costos para la determinación de precios de producto como estrategia de gestión. La metodología se basó en un enfoque metodológico descriptivo y transversal. Donde se concluye: En las empresas del sector industrial, la gestión eficiente de los costos operativos y la determinación adecuada de precios son cruciales para la calidad y productividad en la producción. Sin embargo, la falta de un sistema de costos adaptado puede dificultar la determinación precisa de los costos, impactando en la competitividad de los precios. A pesar de reconocer la importancia de la planificación estratégica, los gerentes a menudo no aprovechan la información de costos para optimizar la producción y fijar precios óptimos, lo que puede resultar en aumentos de costos y disminución de la calidad del producto.

Melgar (2019) En su investigación titulada: “Costos por orden de servicios de lavado y la determinación de precios “Estación de servicios Adelita” provincia de Santa Elena, año 2017.”, presentada a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, para optar el grado académico de licenciada en Contabilidad Y Auditoría, con el objetivo de estimar la distribución de cada componente del costo por orden de servicio, se realizó una comparación entre el proceso contable anterior y el actual para lograr una determinación adecuada de los precios. La metodología utilizada fue una investigación descriptiva-experimental, empleando métodos inductivo-deductivos y de campo. Se concluye que la competencia en el sector peninsular tiene un impacto considerable en los precios de los servicios. Sin embargo, existen desafíos en la correcta asignación de los costos asociados a cada orden de lavado, lo que afecta la capacidad de fijar precios competitivos y rentables. La ausencia de

un método sistemático para establecer los precios de venta también limita la capacidad de la empresa para alcanzar niveles óptimos de rentabilidad.

Muñoz (2019) En su investigación titulada: “Costos de servicios y determinación del precio de venta en Lubrivas Cristhy, Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2017”, presentada a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, para optar el grado académico de licenciada en Contabilidad y Auditoría, con el objetivo de analizar la distribución de los costos de servicios a través de la recopilación de información contable para la determinación del precio de venta. La metodología se basó en un tipo descriptivo, de campo, documental-bibliográfico. Se concluye que una gestión eficaz de los costos operativos y la determinación de precios es crucial para la salud financiera y la competitividad de las empresas. La ausencia de profesionales capacitados en contabilidad de costos puede provocar desafíos significativos en la asignación y distribución correcta de los costos, lo que repercute en la rentabilidad y en la capacidad de establecer precios competitivos. Es esencial que las empresas comprendan la importancia de contar con personal especializado en esta área y desarrollen estrategias efectivas para la gestión de costos y la determinación de precios, que les permitan tomar decisiones informadas y alcanzar sus objetivos comerciales.

2.3.2. Antecedentes nacionales

Soto y Tebes (2023) en su trabajo de investigación denominado Implementación de Costeo ABC al Servicio de “Transformación de Semillas a Granos Andinos” y su Impacto en la determinación de precios de la empresa Ashsac en el año 2022 presentado por la universidad de Ciencias Aplicadas para optar el título profesional de Contador Público con su objetivo de elegir la más conveniente que permita la determinación precisa de costos y, por ende, La determinación de precios debe basarse en datos concretos en lugar de depender únicamente de la competencia. Este análisis es especialmente relevante en un contexto donde

la competitividad y la optimización de los procesos son cruciales para la sostenibilidad del negocio. Utilizando una metodología descriptivo-correlacional, se concluye que la implementación del costeo se destaca como la solución más efectiva para enfrentar los desafíos relacionados con el costeo y la determinación de precios que enfrenta la empresa. Este enfoque proporciona una base sólida para asignar con precisión los costos a las actividades específicas en el proceso de transformación de semillas a granos andinos, facilitando decisiones informadas y mejorando la rentabilidad.

Morales y Rodríguez(2022) en su trabajo de investigación denominado Los costos de producción y la determinación del precio en la empresa maderera “Asesores y servicios Placencia EIRL”– Chimbote, 2022, presentado por la Universidad Cesar Vallejo para optar el grado de Contador Público teniendo como El objetivo es establecer la relación entre los costos de producción y la determinación del precio de los productos en la empresa maderera Asesores y Servicios Placencia E.I.R.L., utilizando una metodología descriptivo-correlacional con un diseño no experimental. La conclusión es que la relación entre los costos indirectos y la determinación de precios es clara, ya que una identificación precisa de estos costos permite su correcta asignación y aplicación en el proceso de determinación de precios. Es fundamental para la empresa tener en cuenta esta relación, ya que una distribución inadecuada de los costos indirectos puede resultar en precios no confiables y potenciales pérdidas para la empresa.

Cusilayme (2021) en su trabajo de investigación denominado Métodos de costo para determinación de precios en las Mypes textiles presentado por la universidad la Unión para optar el título de Contador Público con el objetivo de identificar y describir los métodos para la determinación de precios utilizando como base el costo, aplicados por las micro y pequeñas empresas (MYPES) textiles, el instrumento elegido para recolectar datos fue la entrevista usando como metodología aplicada es de enfoque cuantitativo, con alcance

descriptivo y comparativo y concluye en que, las micro y pequeñas empresas textiles utilizan una variedad de métodos para fijar sus precios, que incluyen el margen de ganancia, la curva de experiencia, el método basado en la utilidad deseada, entre otros. Sin embargo, estas empresas no consideran todos los costos de producción en su totalidad, sino que se limitan a incluir solo la materia prima (como la lana), la mano de obra (operarios y personal de ventas), y los costos indirectos como la electricidad. Establecen un margen de utilidad para asegurar que el producto sea competitivo en el mercado y accesible para los clientes. La elección de estos métodos de determinación de precios se basa en la experiencia obtenida a través de capacitaciones y trabajos previos. Este enfoque se describe en la investigación como "costo más un margen de utilidad". Es relevante señalar que no existe un método de determinación de precios que sea intrínsecamente superior a los demás; sin embargo, la correcta aplicación del método adecuado puede llevar al éxito en la rentabilidad de la empresa.

Bastidas y Román (2019) en su trabajo de investigación denominado “El sistema de costeo ABC y su influencia en la determinación de precios de productos para la toma de decisiones gerenciales en el sector manufactura de Lima, Perú” presentado por la universidad de Ciencias Aplicadas para optar el título profesional de Contador Público con el objetivo determinar que el sistema de costeo ABC Tiene un impacto positivo en la determinación de precios de productos para la toma de decisiones gerenciales en el sector manufacturero en Lima, Perú. La investigación se basa en un enfoque mixto, que combina la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos. La conclusión del estudio es que la implementación del sistema de costeo ABC para calcular los costos de los productos contribuye a reducir las distorsiones en la determinación de precios, evitando el subsidio cruzado entre productos.

Lluncor (2019) en su trabajo de investigación denominado Costo de producción y determinación de precios en el sector metalmecánica caso de estudio: Matysgsa E.I.R.L. Cajamarca 2019 presentado por la universidad privada Antonio Guillermo Urrelo para optar el grado de Contador Público teniendo como objetivo fue describir la determinación del coste de producción y determinación de precios en MATYSGSA E.I.R.L., Cajamarca, 2019. Se llevó a cabo un análisis de los costos de producción utilizando una metodología con un alcance descriptivo, no experimental y de corte transversal. La investigación concluye que, para calcular el costo de producción de la escalera, la estructura del techo y la carreta, la empresa se centra principalmente en los costos variables directos. Por lo tanto, emplea un método de costeo parcial variable, dado que estos costos variables tienen el mayor impacto en el costo final del producto. Debido a la preeminencia de los costos variables directos, las fluctuaciones en otros costos no afectan significativamente el costo total del producto.

2.3.3. Antecedentes locales

Zavalaga (2022) En su estudio titulado “Determinación de costos operativos y la determinación de precio de venta en empresas distribuidores de combustible”, presentado para obtener el Título Profesional de Contador Público, donde se tiene como objetivo establecer la relación entre la determinación de los costos operativos y la determinación de precios de venta en empresas distribuidoras de combustible, Se empleó una metodología que incluyó un enfoque cuantitativo, con un alcance correlacional y un diseño no experimental. La conclusión es que se ha identificado una relación significativa y positiva entre la determinación de los costos operativos y la determinación de precios de venta. Esta conexión es crucial, ya que la precisión en el cálculo de los costos impacta directamente en la capacidad de establecer precios competitivos y rentables. En otras palabras, una comprensión detallada de los costos operativos facilita la determinación de precios apropiados, lo que a su vez contribuye al éxito y a la viabilidad financiera de la empresa.

Angulo y Quinto (2020) En su estudio titulado “Costos operativos y rentabilidad en la empresa kota laka S.R.L”, presentado para obtener el título profesional de contador público, donde se tiene como objetivo Determinar los costos operativos y la rentabilidad de la empresa Kota Laka S.R.L., donde se utilizó la siguiente metodología tipo investigación básica, no experimental y un enfoque cuantitativo, Se concluye que la relación entre la inversión en activos empresariales, los costos operativos y la determinación de precios es fundamental para entender cómo estas variables afectan la rentabilidad y la salud financiera de una empresa. Cuando una empresa realiza inversiones estratégicas en activos como maquinaria, tecnología o infraestructura, mejora su eficiencia operativa y reduce sus costos a largo plazo. Estas inversiones inteligentes elevan la calidad de los productos al disminuir los costos operativos, permitiendo a la empresa fijar precios competitivos y rentables. Como resultado, la empresa fortalece su posición financiera y su capacidad para generar beneficios sostenibles a largo plazo.

Castro y Ccala (2019) En su estudio titulado” Análisis de la determinación de precios en el servicio de transporte público”, presentado para obtener el título profesional de economista, donde se tiene como objetivo analizar la determinación de precios en el servicio de transporte público urbano de la ciudad del Cusco, Se empleó una metodología que incluyó un estudio descriptivo, de campo cualitativo, no experimental y basado en la observación. La conclusión es que a medida que el proceso de determinación de los costos operativos en la cadena de suministro se vuelve más detallado y complejo, su impacto en la estrategia de determinación de precios de venta también aumenta. Un análisis exhaustivo de todos los aspectos operativos, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto final al cliente, proporciona una visión más clara de los costos reales. Esta comprensión detallada permite una determinación de precios más precisa y estratégica, lo que puede resultar en márgenes de beneficio más robustos.

III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

a. Hipótesis general

Existe relación significativa entre los gastos operativos y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.

b. Hipótesis específicas

- a. Existe relación significativa entre los gastos administrativos y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.
- b. Existe relación significativa entre los gastos de venta y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.
- c. Existe relación significativa entre los gastos financieros y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.

3.2. Identificación de variables

Variable 1: Gastos operativos

Definición: Lambretón y Garza (2016) afirman que los gastos operativos se ejecutan con el propósito de generar ingresos y facilitar el ciclo comercial de cada entidad, el cual consiste en adquirir o producir bienes y servicios para posteriormente comercializarlos y obtener beneficios

Dimensiones

- Gastos administrativos
- Gastos de venta
- Gastos financieros

Variable 2: Determinación de precios

Definición: Coll (2020) La determinación de precios son precios pactados entre dos compañías que están asociadas, siendo el objetivo de dicho precio transferir, entre ambas, bienes, derechos o cualquier otro activo.

Dimensiones

- Costo actual/ valor
- Valor de mercado
- Precio

3.3. Operacionalización de variables

Cuadro 1

Operacionalización de variables

Variable 01 - Gastos operativos		Dimensiones	Indicadores
Definición conceptual	Definición operacional		
Lambretón y Garza (2016) afirman que los gastos operativos se ejecutan con el propósito de generar ingresos y facilitar el ciclo comercial de cada entidad, el cual consiste en adquirir o producir bienes y servicios para posteriormente comercializarlos y obtener beneficios.	Rivadeneira (2014) afirma que los gastos operativos hacen referencia a los costos en lo que un ente incurre como parte de sus movimientos habituales del giro de sus actividades, sin incluir los costos de bienes vendidos; estos gastos de operación comprenden los gastos administrativos, gastos de venta y gastos financieros.	Gastos administrativos: Chiliquinga y Vallejos (2017) lo define como los gastos que no se encuentran relacionados de manera directa con la fabricación ni las ventas, en otras palabras, son aquellos gastos que siempre estarán incurridos a pesar que la empresa no genera operatividad. Gastos de venta: Fierro y Fierro (2015) son gastos vinculados con el movimiento o situación financiera de la empresa, entre los más conocidos están los salarios del personal, publicidad, mantenimiento, soporte y valor agregado. Gastos financieros: Lago (2020) Los gastos financieros son costos a los que una empresa incurre al obtener financiamiento externo, ya sea a través de préstamos bancarios, emisión de bonos u otra forma de endeudamiento.	Remuneraciones Alquiler de oficinas Mantenimiento de oficinas Servicios básicos Publicidad Suministros Transporte Prestamos Intereses
Variable 02 – Determinación de precio		Dimensiones	Indicadores
Definición conceptual	Definición operacional		
Coll (2020) La determinación de precios son precios pactados entre dos compañías que están asociadas, siendo el objetivo de dicho precio transferir, entre ambas, bienes, derechos o cualquier otro activo.	Coll (2020) Entonces la determinación de precio, es el precio establecido para la transferencia de bienes, derechos, así como otra serie de activos, entre empresas que son asociadas, la determinación de precios se verá mediante el costo actual/valor, el valor de mercado y el precio.	Costo actual/ valor: De acuerdo a la página web Valor-ganado (2019) El Costo Actual (AC) es una función del tiempo y una medida de cuánto dinero ha sido gastado en un proyecto. Valor de mercado: Coll (2021) El valor de mercado es un concepto muy relacionado con los mercados financieros. Precio: Sevilla (2021) El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria.	Costo de adquisición Variación de existencias Costos vinculados con las compras Valor de mercado Costo de oportunidad Condiciones del entorno Competencia Promociones Descuentos

Nota: El cuadro representa las variables de estudio, dimensiones e indicadores.

4.2. Tipo y nivel de investigación

A. Tipo de investigación

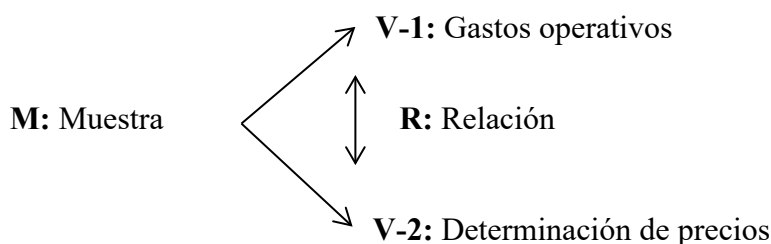
Carrasco (2019), señala que el tipo de investigación básica aplicado “solo busca ampliar y profundizar al caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad, su objetivo de estudio lo constituyen las teorías científicas, las mismas que las analiza para perfeccionar sus contenidos de tal forma que se pueda dar alternativas de solución” (p.43). La investigación se llevó a cabo mediante un enfoque aplicado, con el propósito de ampliar y profundizar los conocimientos sobre los gastos operativos y la determinación de precios. Este proceso implicó el análisis de diversas fuentes de información, como libros, artículos científicos y antecedentes a nivel nacional, internacional y local.

B. Nivel de investigación

Hernández et al (2014), señalan que “los estudios correlacionales tienen la finalidad de conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular, también ofrecen predicciones y cuantifican relaciones entre variables” (p.90). El nivel de investigación elegido fue correlacional, con el propósito principal de identificar y analizar la relación entre los gastos operativos y la determinación de precios.

Figura 2

Nivel descriptivo correlacional



Nota: La figura representa el nivel descriptivo

C. Diseño de investigación

Hernández et al (2014), define a la investigación no experimental como: “podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto”. (p. 152). Este trabajo de investigación se llevó a cabo utilizando un diseño no experimental de corte transversal. Esto se debe a que no se alteraron las variables; en cambio, se describió y evaluó la situación actual y las relaciones entre las unidades de estudio. Además, la información se recolectó en un único punto en el tiempo.

4.3. Unidad de análisis

La investigación se llevará a cabo basándose en la información proporcionada por los empresarios del Centro Comercial El Paraíso.

4.4. Población de estudio

Hernández et al (2014), es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas específicas, así comenta al respecto una vez que se ha definido la unidad de análisis, se delimitará la población a estudiar y se generalizarán los resultados (p.174). En el contexto de este estudio, se consideró como población objetivo a los 70 empresarios que se especializan en la venta de productos tecnológicos en el entorno del Centro Comercial el Paraíso. Estos empresarios constituyen un grupo relevante en el ámbito comercial de la zona, desempeñando una función crucial en la provisión de tecnología y servicios relacionados en ese centro comercial.

Cuadro 2*Tipos de empresas en el Centro Comercial el Paraíso*

Tipo de empresa	Cantidad
Venta de tecnología	70
Soporte técnico	25
Librería	5
Total	100

Nota: El cuadro representa los tipos de empresas en el Centro Comercial el Paraíso

4.5. Tamaño de muestra

Hernández et al (2014), la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, este deberá ser representativo de dicha población (p.174). Para este trabajo de investigación, se elegirá una muestra representativa integrada por 59 empresarios dedicados a la comercialización de productos tecnológicos en el Centro Comercial el Paraíso. Esta selección se fundamentó en la relevancia estratégica de estos empresarios en el contexto comercial de la región y su impacto en el mercado local de tecnología y servicios asociados.

Estimación de la muestra

- Población: $N = 70$
- Error máximo admisible: $e = 5\%$ (0.05)
- Unidad tipificada: $Z=1.96$
- Probabilidad de ocurrencia del fenómeno: $p = 50\%$ (0.5)
- Probabilidad de no ocurrencia del fenómeno: $q=50\%$ (0.5)
- Fórmula para calcular n tamaño de la muestra:

$$n = \frac{N * p * q * Z^2}{(N - 1) * e^2 + p * q * Z^2}$$

$$n = \frac{61 * 0.5 * 0.5 * 1.96^2}{(61 - 1) * 0.05^2 + 0.5 * 0.5 * 1.96^2}$$

$$n = 59$$

4.6. Técnicas de selección de muestra

Hernández et al (2014), “El muestreo cualitativo es propositivo. Las primeras acciones para elegir la muestra ocurren desde el planteamiento mismo y cuando seleccionamos el contexto, en el cual esperamos encontrar los casos que nos interesan” (p, 190). En este estudio, se eligió una técnica de muestreo probabilístico para asegurar la representatividad y validez de los resultados. Para definir el tamaño de la muestra, se aplicó una fórmula estadística específica que tiene en cuenta varios parámetros importantes, como el tamaño de la población, el nivel de confianza requerido y el margen de error permitido.

4.7. Técnicas de recolección de información

A. Técnicas

Hernández et al (2014), “señala que las técnicas son los recursos de que dispone el investigador para su trabajo, las técnicas necesitan los instrumentos para su realización”. (p.217). La técnica seleccionada para la recolección de información en el estudio fue la encuesta. Esta técnica emplea un conjunto de procedimientos estandarizados para reunir y analizar datos, que se presentaron a los 59 empresarios dedicados a la venta de tecnología. el Centro Comercial el Paraíso.

B. Instrumentos

Hernández et al (2014), “señala que el instrumento es cuando en la investigación disponemos de múltiples tipos de instrumentos para medir las variables de interés y en algunos casos llegan a combinarse varias técnicas de recolección de los datos”. (p.217). El instrumento empleado en el estudio fue un cuestionario compuesto por una serie de preguntas que se administró a 59 empresarios dedicados a la venta de tecnología el Centro Comercial el Paraíso.

Cuadro 3*Ficha técnica*

Técnica	Encuesta
Instrumento	Cuestionario
Extensión	Tendremos 18 ítems, 9 ítems para la primera variable y 9 ítems para la segunda variable.
Interpretación	Se tendrá como contenido preguntas referente a las dimensiones e indicadores de cada variable.
Escala Likert	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
Duración	Se tomará un criterio de 20 minutos
Aplicación	Es esta investigación no se aplicará fórmula, dada a que la población es pequeña, pero si tomaremos el muestreo no probabilístico o por conveniencia.

Nota: El cuadro representa la ficha técnica del cuestionario

4.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información

Se empleará el programa SPSS para generar documentos de datos de manera estructurada y organizar una base de datos que permitirá el análisis mediante diversas técnicas estadísticas. Además, se utilizarán Cuadros y gráficos estadísticos creados en Microsoft Excel para representar las variables.

4.9. Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas

Para realizar el análisis de datos cuantitativos se realizaron los siguientes pasos:

Cuadro 4

Procedimientos de los datos

Ordenamiento y clasificación	Esta técnica se aplicará para tratar la información cuantitativa en forma ordenada, de modo de interpretarla y sacarle el máximo provecho.
Registro manual	Se aplicará esta técnica para digitar los datos obtenidos del instrumento aplicado para luego procesarlos.
Proceso computarizado se realizará con el programa SPSS versión 25	Para determinar diversos cálculos matemáticos y estadísticos de utilidad para la investigación.

Nota: El cuadro muestra los procedimientos de los datos.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados

5.1.1. Confiabilidad del estudio

Cuadro 5

Estadística de fiabilidad de las variables

Variables	Alfa de Cronbach	N de elementos
Gastos operativos	0.895	9
Determinación de precio	0.882	9

Nota: El cuadro representa la estadística de fiabilidad de las variables

Interpretación

Hernández et al. (2014) “la confiabilidad del instrumento consiste en una fórmula que determine el grado de consistencia y precisión que poseen los instrumentos de medición” (p.348). Dado lo expuesto anteriormente, es crucial resaltar que, para garantizar una evaluación precisa de la confiabilidad de los datos recolectados, se optó por utilizar el coeficiente Alfa de Cronbach. Este coeficiente es una herramienta estadística que mide la consistencia interna de un cuestionario, y un valor cercano a 1 indica una alta fiabilidad en los datos obtenidos.

Los resultados obtenidos en la estadística de fiabilidad revelaron índices de (0.895 y 0.882) para cada variable respectivamente. Es crucial resaltar que cuanto más cercano sea el valor a 1, mayor será la confiabilidad de los datos recolectados, lo que refuerza la validez y solidez de la investigación. Estos resultados indican que las respuestas de los participantes presentan una alta consistencia interna, lo que sugiere que el cuestionario utilizado ha sido efectivo para medir de manera confiable las variables de interés.

5.1.2. Análisis sobre los Gastos operativos y sus dimensiones

Variable 01 – Gastos operativos

Cuadro 6

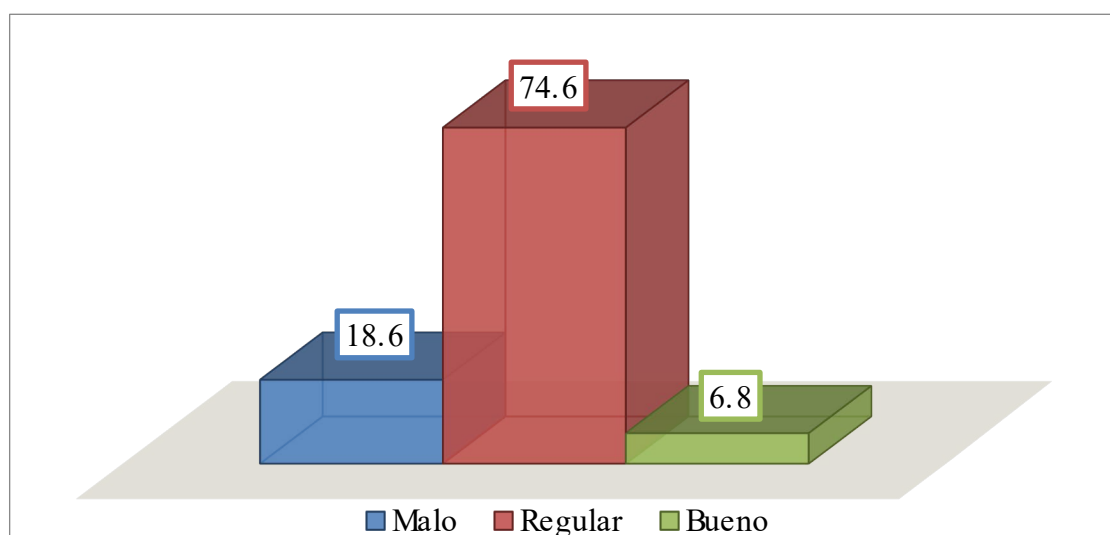
Análisis de los gastos operativos

	Rangos		Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	9	21	Malo	11	18.6
	22	33	Regular	44	74.6
	34	45	Bueno	4	6.8
Total				59	100.0

Nota: El cuadro representa el análisis de los gastos operativos

Figura 3

Análisis de los gastos operativos



Nota: La figura representa el análisis de los gastos operativos

Interpretación

Para el desarrollo del estudio se efectuó un cuestionario el cual estuvo conformado por 18 interrogantes de los cuales 9 estuvieron relacionado con la variable 01 que es Gastos operativos, el cual se presentó a cada uno de los empresarios donde el 18.6% de los empresarios señala que es malo, el 74.3% regular y el 6.8% restante precisa que es bueno. Estos resultados sugieren que existe un considerable margen para mejorar la gestión de los gastos operativos entre los empresarios encuestados. Las implicaciones para la investigación

incluyen la necesidad de profundizar en las causas subyacentes de las percepciones negativas y regulares, identificando las razones específicas por las cuales una parte significativa de los empresarios percibe estos gastos como insatisfactorios. Este análisis podría revelar áreas críticas que necesitan atención y proporcionar una base para desarrollar estrategias y prácticas más efectivas. Para la gestión empresarial, esto implica la necesidad de adoptar medidas concretas para optimizar la eficiencia operativa y reducir los costos. Además, los empresarios deben buscar e implementar mejores prácticas y herramientas de gestión de gastos, que podrían incluir la revisión de procesos internos, la inversión en tecnologías que permitan un mejor control de los gastos, y la capacitación del personal en técnicas de gestión de costos. Implementar estas estrategias podría no solo mejorar la percepción de los gastos operativos, sino también fortalecer la rentabilidad y la sostenibilidad a largo plazo del negocio.

Dimensión 01 – Gastos administrativos

Cuadro 7

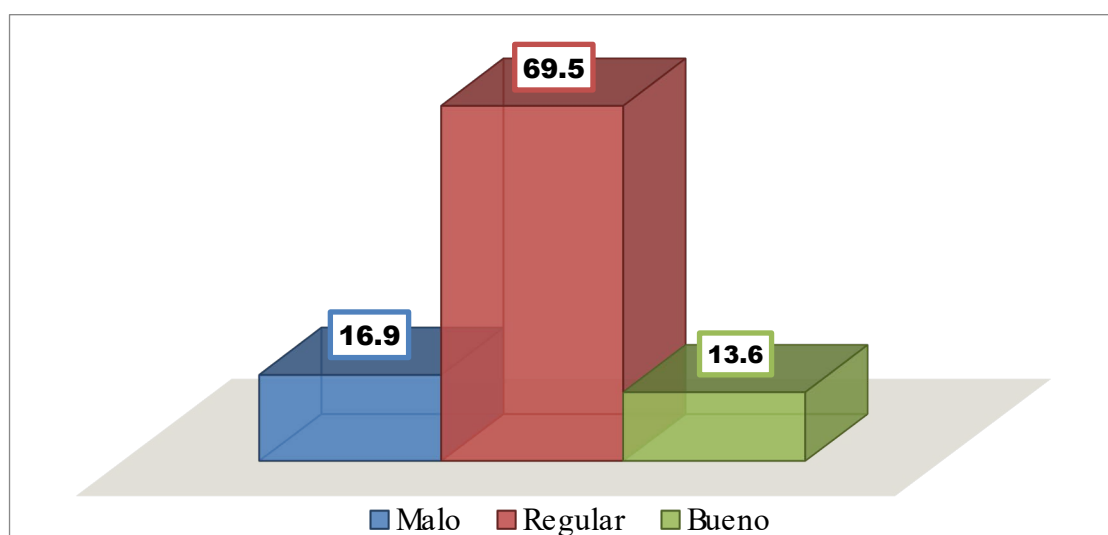
Análisis de los gastos administrativos

	Rangos		Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	4	9	Malo	10	16.9
	10	15	Regular	41	69.5
	16	20	Bueno	8	13.6
Total				59	100.0

Nota: El cuadro representa el análisis de los gastos administrativos

Figura 4

Análisis de los gastos administrativos



Nota: La figura representa el análisis de los gastos administrativos

Interpretación

Para el desarrollo del estudio se efectuó un cuestionario el cual estuvo conformado por 18 interrogantes de los cuales 4 estuvieron relacionado con la dimensión 01 de la variable 01 que es Gastos administrativos, el cual se presentó a cada uno de los empresarios donde el 16.9% de los empresarios señala que es malo, el 69.5% regular y el 13.6% restante precisa que es bueno. Los resultados del cuestionario sugieren que, aunque los gastos administrativos son reconocidos como una dimensión crucial para las operaciones empresariales, existe un margen significativo para mejorar su gestión y eficiencia. La

mayoría de los empresarios considera que los gastos administrativos son regulares o malos, lo que indica una percepción de que estos costos podrían no estar optimizados. Esta percepción destaca la necesidad de una revisión exhaustiva de las prácticas actuales, así como de la implementación de estrategias más eficientes para la administración de recursos. Abordar estos desafíos podría no solo mejorar la eficiencia operativa, sino también contribuir al desempeño general y a la competitividad de las empresas en el centro comercial. Optimizar la gestión de gastos administrativos representa una oportunidad clave para elevar el rendimiento organizacional y lograr un mayor equilibrio financiero.

Dimensión 02 – Gastos de venta

Cuadro 8

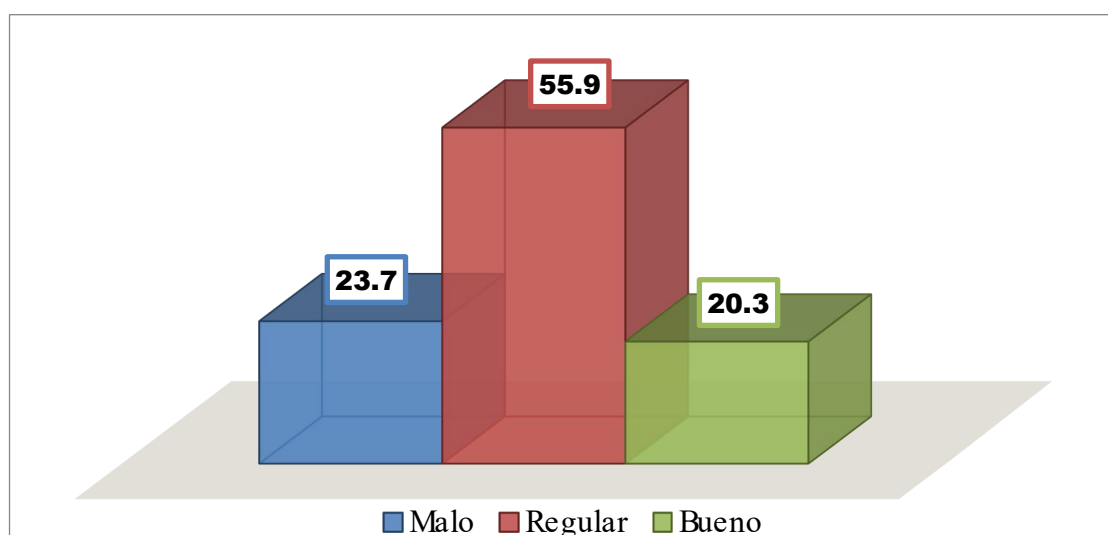
Análisis de los gastos de venta

	Rangos		Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	3	7	Malo	14	23.7
	8	11	Regular	33	55.9
	12	15	Bueno	12	20.3
Total				59	100.0

Nota: El cuadro representa el análisis de los gastos de venta

Figura 5

Análisis de Gastos de venta



Nota: La figura representa el análisis de los gastos de venta

Interpretación

Para el desarrollo del estudio se efectuó un cuestionario el cual estuvo conformado por 18 interrogantes de los cuales 3 estuvieron relacionado con la dimensión 02 de la variable 01 que es Gastos de venta, el cual se presentó a cada uno de los empresarios donde el 23.7% de los empresarios señala que es malo, el 55.9% regular y el 20.3% restante precisa que es bueno. Los resultados del cuestionario sugieren, a pesar de la diversidad en la percepción de los gastos de venta, existe un consenso general sobre la necesidad urgente de optimizar su gestión. La mayoría de los empresarios considera que los gastos de venta son regulares o

insatisfactorios, lo que indica una preocupación por la eficiencia y el impacto en sus márgenes de ganancia. La proporción significativa de empresarios que los califican como malos sugiere la presencia de problemas críticos que requieren intervención. Para mejorar la situación, es esencial realizar un examen exhaustivo de los gastos de venta, implementar prácticas más eficientes y aprovechar las estrategias de aquellos que han logrado una gestión exitosa. De esta manera, se puede aumentar la eficiencia operativa y elevar la satisfacción general entre los empresarios.

Dimensión 03 – Gastos financieros

Cuadro 9

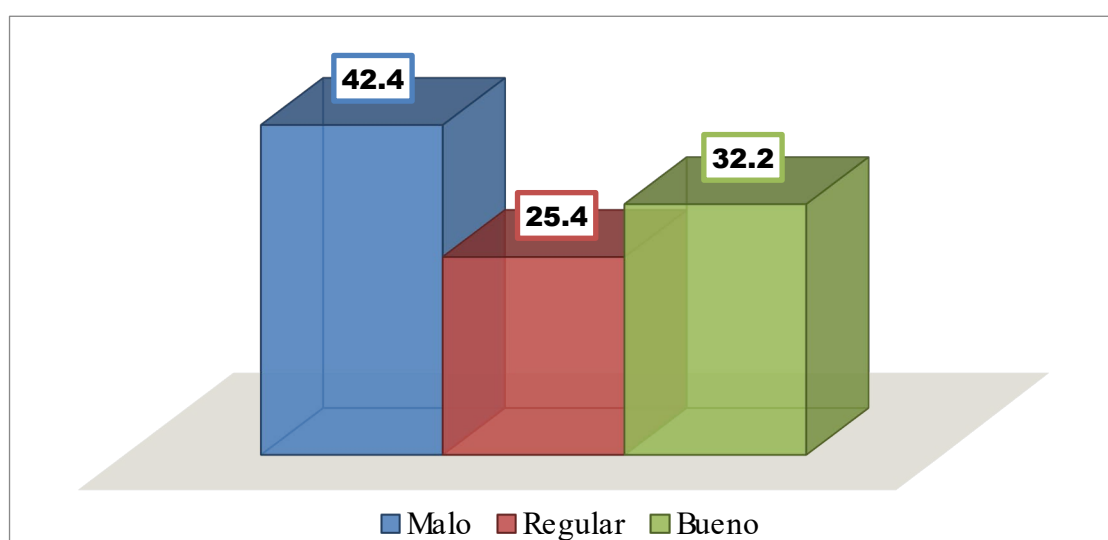
Análisis de los gastos financieros

		Rangos	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	2	5	Malo	25	42.4
	6	7	Regular	15	25.4
	8	10	Bueno	19	32.2
Total				59	100.0

Nota: El cuadro representa el análisis de los gastos financieros

Figura 6

Análisis de los gastos financieros



Nota: La figura representa el análisis de los gastos financieros

Interpretación

Para el desarrollo del estudio se efectuó un cuestionario el cual estuvo conformado por 18 interrogantes de los cuales 2 estuvieron relacionado con la dimensión 03 de la variable 01 que es Gastos financieros, el cual se presentó a cada uno de los empresarios donde el 42.4% de los empresarios señala que es malo, el 25.4% regular y el 32.2% restante precisa que es bueno. La diversidad en las respuestas de los empresarios sobre los gastos financieros refleja una amplia gama de experiencias y percepciones. Mientras que una parte significativa de los empresarios considera que los gastos financieros son insatisfactorios, una porción considerable los ve como aceptables o incluso positivos. Esta variabilidad sugiere que las

estrategias de gestión financiera pueden diferir considerablemente entre los empresarios, indicando la necesidad de un análisis más exhaustivo para identificar las prácticas más efectivas y las áreas que requieren mejora en la gestión de gastos. Además, esta información puede ser crucial para desarrollar intervenciones o programas de apoyo dirigidos a abordar las preocupaciones específicas de aquellos que perciben sus gastos financieros de manera negativa, permitiendo así una mejora general en la eficiencia financiera y en la satisfacción de los empresarios.

5.1.3. Análisis sobre la Determinación de precio y sus dimensiones

Variable 02 – Determinación de precio

Cuadro 10

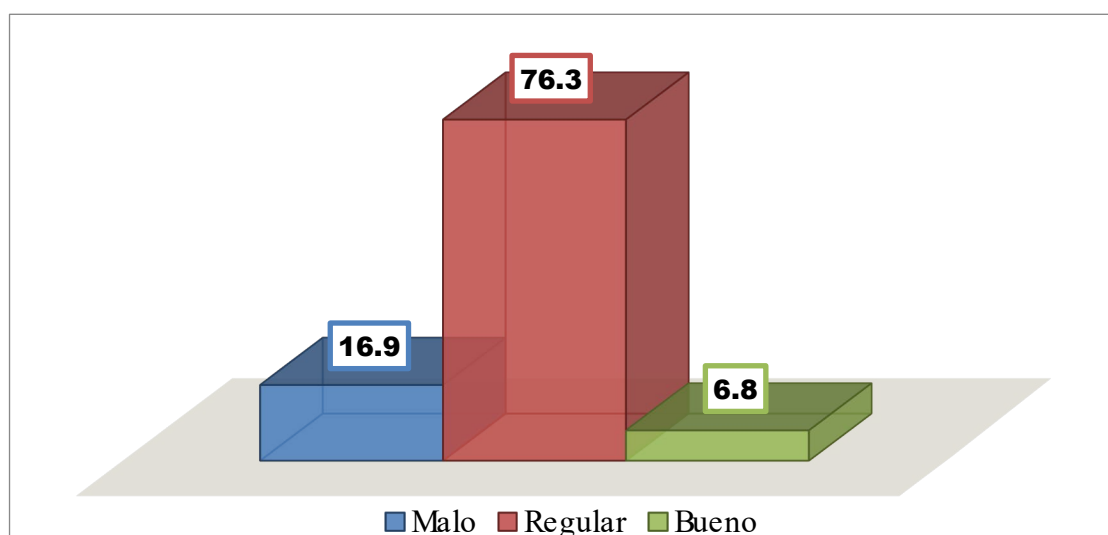
Análisis de la determinación de precio

		Rangos	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	9	21	Malo	10	16.9
	22	33	Regular	45	76.3
	34	45	Bueno	4	6.8
	Total			59	100.0

Nota: El cuadro representa el análisis de la determinación de precio

Figura 7

Análisis de la determinación de precio



Nota: La figura representa el análisis de la determinación de precio

Interpretación

Para el desarrollo del estudio se efectuó un cuestionario el cual estuvo conformado por 18 interrogantes de los cuales 9 estuvieron relacionado con la variable 02 que es Determinación de precio, el cual se presentó a cada uno de los empresarios donde el 76.3% de los empresarios señala que es malo, el 76.3% regular y el 6.8% restante precisa que es bueno. Estos hallazgos sugieren que podría haber deficiencias significativas en la implementación de las prácticas de fijación de precios dentro del entorno empresarial

evaluado. Para abordar estas deficiencias, las empresas podrían considerar realizar un análisis más detallado de sus estructuras de costos, examinar las tendencias del mercado y las expectativas de los clientes, y ajustar sus estrategias de precios para mejorar su posicionamiento competitivo. Implementar métodos más efectivos de determinación de precios, tales como análisis de elasticidad de precios, segmentación de mercado y ajustes basados en la demanda, podría ayudar a mejorar la percepción y efectividad del proceso de fijación de precios, contribuyendo así a un rendimiento empresarial más sólido y sostenible.

Dimensión 01 – Costo actual/ valor

Cuadro 11

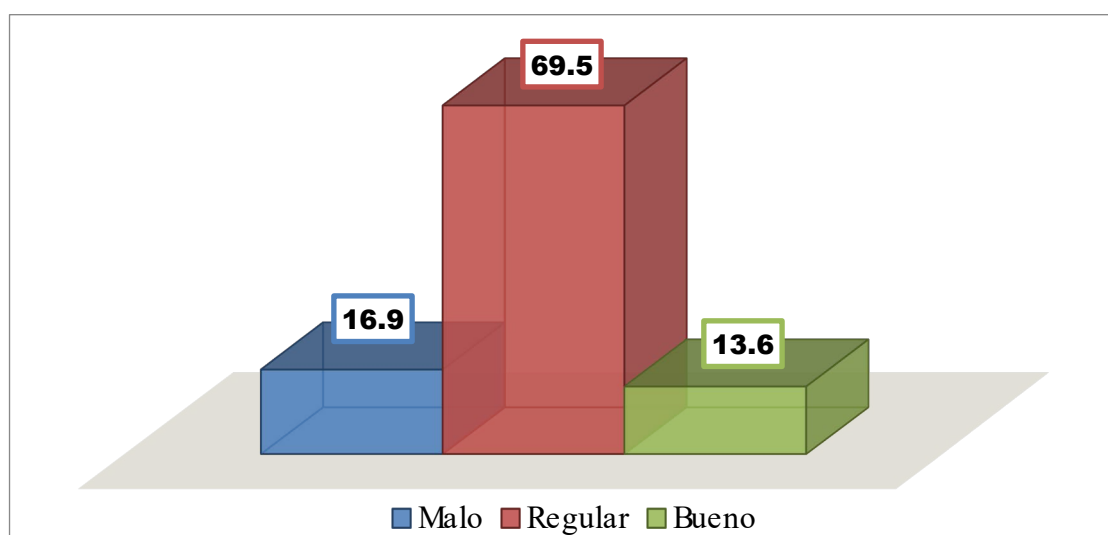
Análisis del costo actual/ valor

	Rangos		Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	4	9	Malo	10	16.9
	10	15	Regular	41	69.5
	16	20	Bueno	8	13.6
Total				59	100.0

Nota: El cuadro representa el análisis del costo actual/ valor

Figura 8

Análisis del costo actual/ valor



Nota: La figura representa el análisis del costo actual/ valor

Interpretación

Para el desarrollo del estudio se efectuó un cuestionario el cual estuvo conformado por 18 interrogantes de los cuales 5 estuvieron relacionado con la dimensión 01 de la variable 02 que es Costo actual/ valor, el cual se presentó a cada uno de los empresarios donde el 16.9% de los empresarios señala que es malo, el 69.5% regular y el 13.6% restante precisa que es bueno. los resultados del estudio destacan una necesidad crítica de revisar y ajustar la relación costo/valor. Abordar las percepciones negativas y regulares a través de una revisión detallada, optimización de la propuesta de valor, ajustes estratégicos en los precios, y la

inclusión activa de los empresarios en el proceso puede conducir a una mayor satisfacción, una percepción más positiva del valor, y un fortalecimiento general de la posición competitiva. Implementar estas recomendaciones de manera efectiva puede transformar la percepción del costo y mejorar la efectividad de la estrategia de precios, resultando en beneficios sustanciales tanto para los empresarios como para la empresa en general.

Dimensión 02 – Valor de mercado

Cuadro 12

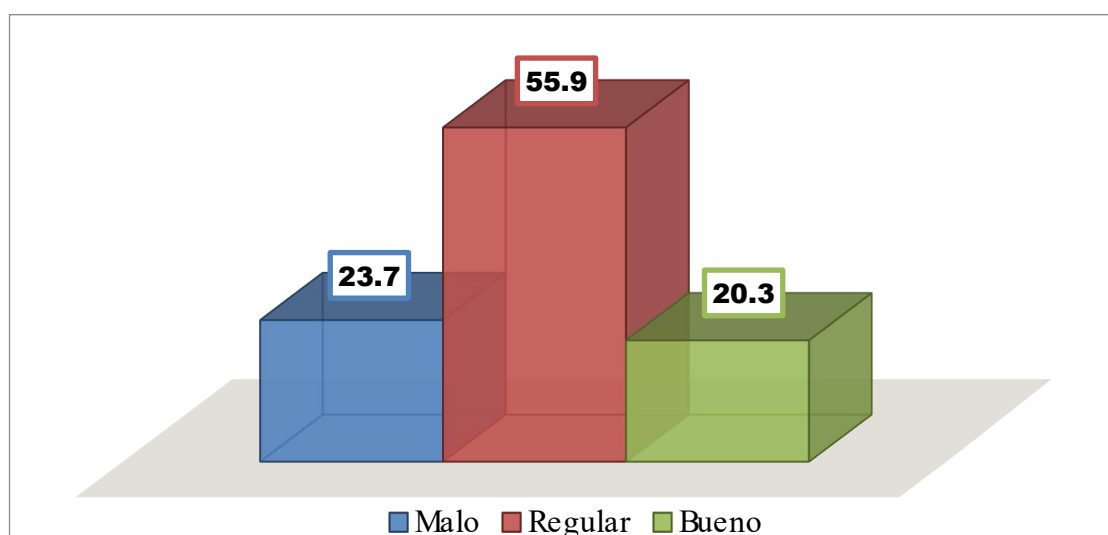
Análisis del valor de mercado

	Rangos		Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	3	7	Malo	14	23.7
	8	11	Regular	33	55.9
	12	15	Bueno	12	20.3
Total				59	100.0

Nota: El cuadro representa el análisis del valor de mercado

Figura 9

Análisis del valor de mercado



Nota: La figura representa el análisis del valor de mercado

Interpretación

Para el desarrollo del estudio se efectuó un cuestionario el cual estuvo conformado por 18 interrogantes de los cuales 3 estuvieron relacionado con la dimensión 02 de la variable 02 que es Valor de mercado, el cual se presentó a cada uno de los empresarios donde el 23.7% de los empresarios señala que es malo, el 55.9% regular y el 20.3% restante precisa que es bueno. Esta distribución sugiere que, en términos generales, la percepción del Valor de mercado se inclina hacia una valoración neutral, evidenciada por el hecho de que más de la mitad de los empresarios lo califican como regular. Esto indica una tendencia

predominante hacia una evaluación ambigua de esta dimensión, donde una proporción considerable de empresarios no muestra una satisfacción plena ni una descalificación total del valor de mercado. En otras palabras, aunque existe un descontento moderado reflejado en la calificación regular, no hay una fuerte oposición hacia el "Valor de mercado", lo que podría señalar que los empresarios están parcialmente insatisfechos, pero no completamente descontentos, sugiriendo que la percepción de este aspecto es heterogénea y puede estar influenciada por una variedad de factores que aún no se han abordado de manera eficaz.

Dimensión 03 – Precio

Cuadro 13

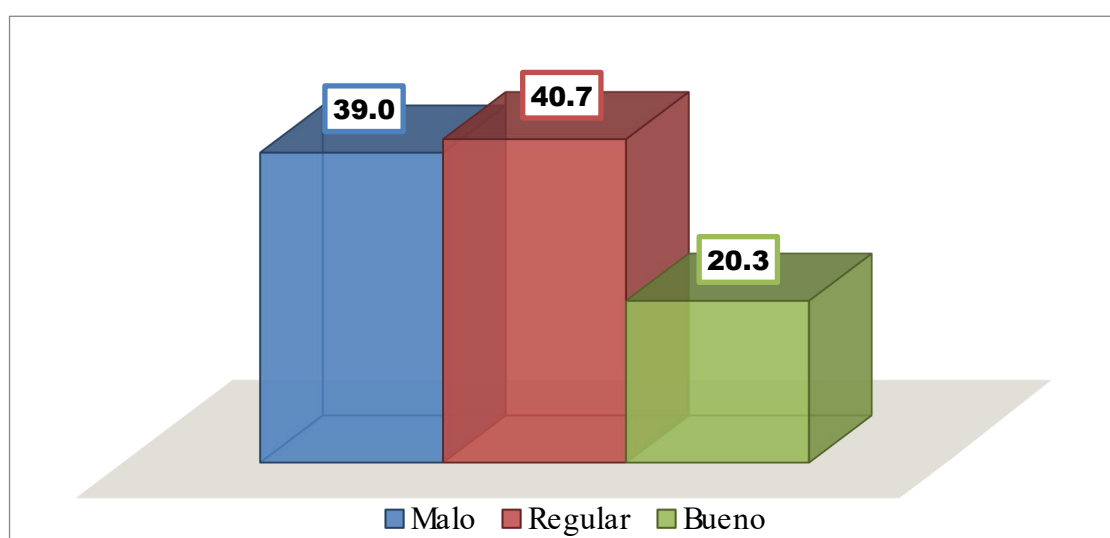
Análisis del precio

		Rangos	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	2	5	Malo	23	39.0
	6	7	Regular	24	40.7
	8	10	Bueno	12	20.3
Total				59	100.0

Nota: El cuadro representa el análisis del precio

Figura 10

Análisis del precio



Nota: La figura representa el análisis del precio

Interpretación

Para el desarrollo del estudio se efectuó un cuestionario el cual estuvo conformado por 18 interrogantes de los cuales 9 estuvieron relacionado con la dimensión 03 de la variable 02 que es Precio, el cual se presentó a cada uno de los empresarios donde el 39.0% de los empresarios señala que es malo, el 40.7% regular y el 20.3% restante precisa que es bueno. Los resultados del cuestionario revelan una amplia gama de opiniones sobre la dimensión de precio. Este patrón de respuestas sugiere que, aunque una parte significativa de los empresarios tiene una visión negativa o neutral sobre las estrategias de precios actuales, existe también un pequeño grupo que percibe aspectos positivos. Este contraste en las

percepciones subraya la necesidad de una evaluación exhaustiva y una posible revisión de las políticas de precios, con el objetivo de abordar las preocupaciones manifestadas, ajustar las estrategias según las necesidades y expectativas de los empresarios, y, en última instancia, mejorar la satisfacción general y la percepción de la eficacia de los precios en el mercado.

5.1.4. Distribución de frecuencias

P-01: ¿Destinas un porcentaje fijo de tus ingresos para cubrir los salarios de tus empleados?

Cuadro 14

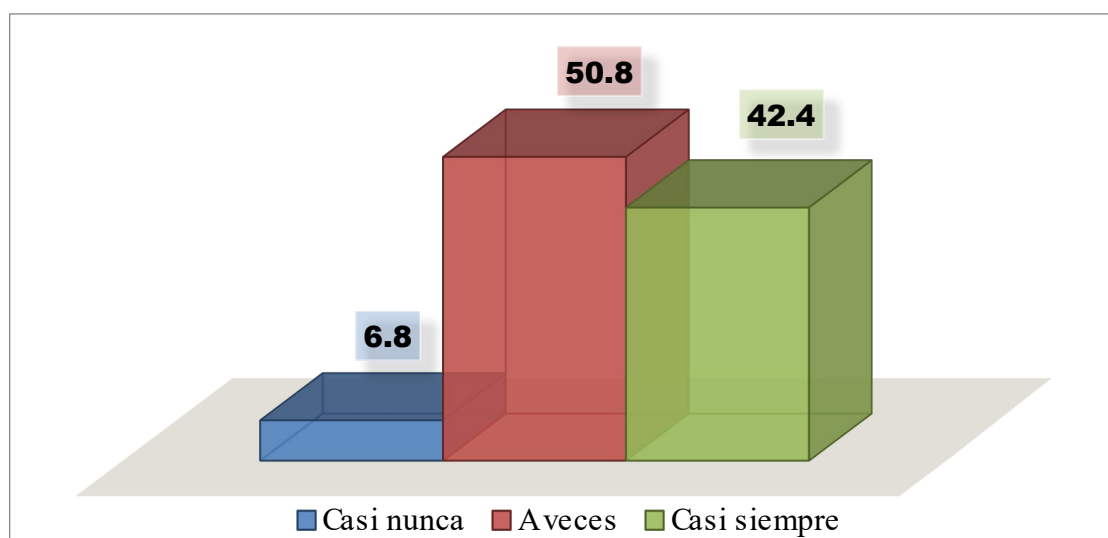
Resultados del indicador 01: Remuneraciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	4	6.8	6.8
	A veces	30	50.8	57.6
	Casi siempre	25	42.4	100.0
	Total	59	100.0	

Nota: El cuadro representa los resultados del indicador 01: Remuneraciones

Figura 11

Resultados del indicador 01: Remuneraciones



Nota: La figura representa los resultados del indicador 01: Remuneraciones

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron relacionado con el P-01: ¿Destinas un porcentaje fijo de tus ingresos para cubrir los salarios de tus empleados?; los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 6.8% casi nunca, el 50.8% a veces y el 42.4% casi siempre.

P-02: ¿El alquiler de su oficina está alineado con el presupuesto de gastos administrativos de su empresa?

Cuadro 15

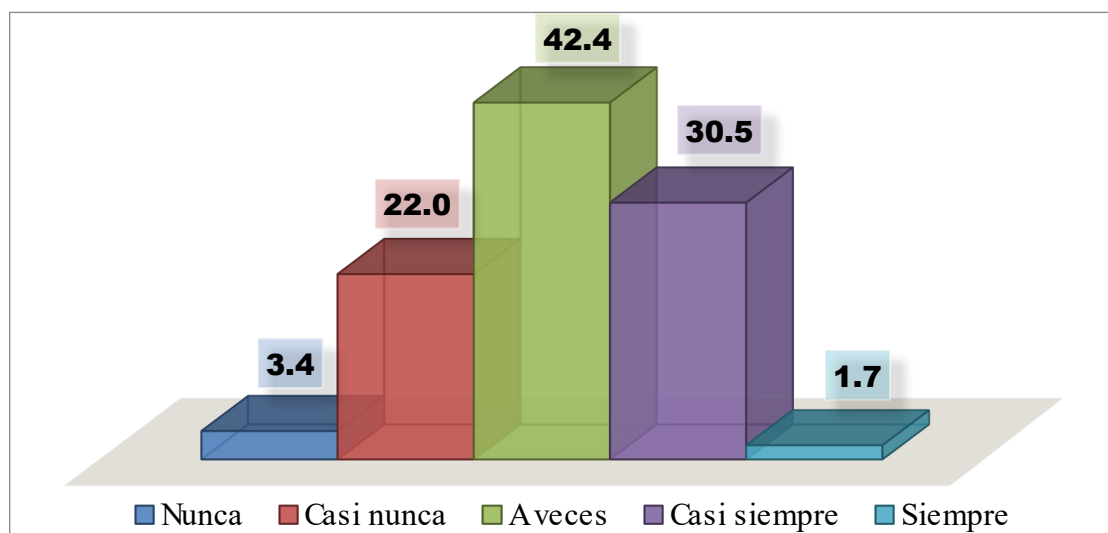
Resultados del indicador 02: Alquiler de oficinas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	3.4	3.4
	Casi nunca	13	22.0	25.4
	A veces	25	42.4	67.8
	Casi siempre	18	30.5	98.3
	Siempre	1	1.7	100.0
	Total	59	100.0	

Nota: El cuadro representa los resultados del indicador 02: Alquiler de oficinas

Figura 12

Resultados del indicador 02: Alquiler de oficinas



Nota: La figura representa los resultados del indicador 02: Alquiler de oficinas

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron relacionado con el P-02: ¿El alquiler de su oficina está alineado con el presupuesto de gastos administrativos de su empresa?; los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 3.4% nunca, el 22.0% casi nunca, el 42.4% a veces, el 30.5% casi siempre y el 1.7% siempre.

P-03: ¿Supervisa constantemente las condiciones de los equipos y mobiliario de su oficina?

Cuadro 16

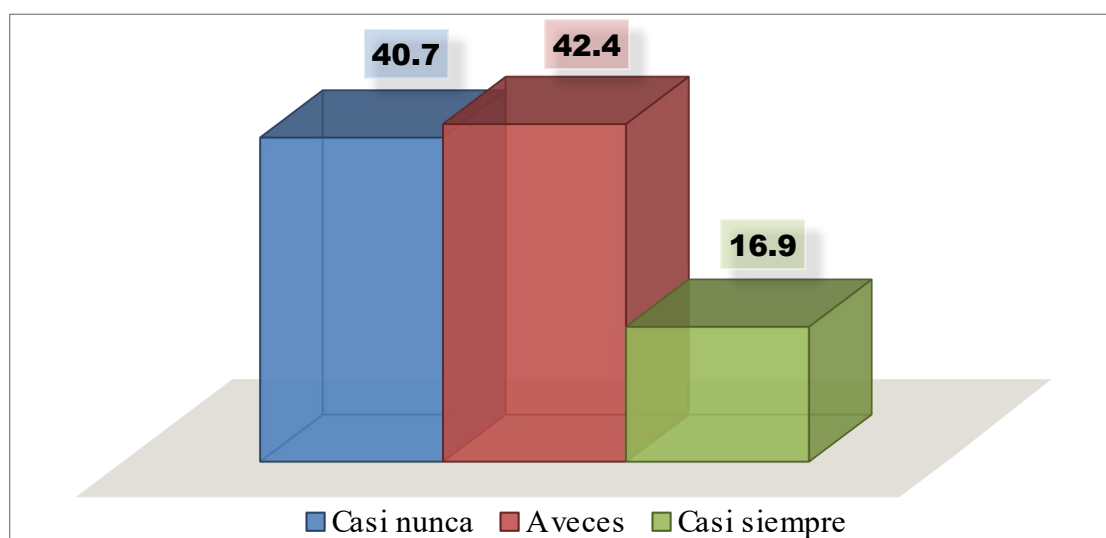
Resultados del indicador 03: Mantenimiento de oficinas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	24	40.7	40.7
	A veces	25	42.4	83.1
	Casi siempre	10	16.9	100.0
	Total	59	100.0	

Nota: El cuadro representa los resultados del indicador 03: Mantenimiento de oficinas

Figura 13

Resultados del indicador 03: Mantenimiento de oficinas



Nota: La figura representa los resultados del indicador 03: Mantenimiento de oficinas

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron relacionado con el P-03: ¿Supervisa constantemente las condiciones de los equipos y mobiliario de su oficina?; los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 40.7% casi nunca, el 42.4% a veces y el 16.9% casi siempre.

P-04: ¿Los costos de los servicios básicos afectan de manera significativa sus gastos administrativos?

Cuadro 17

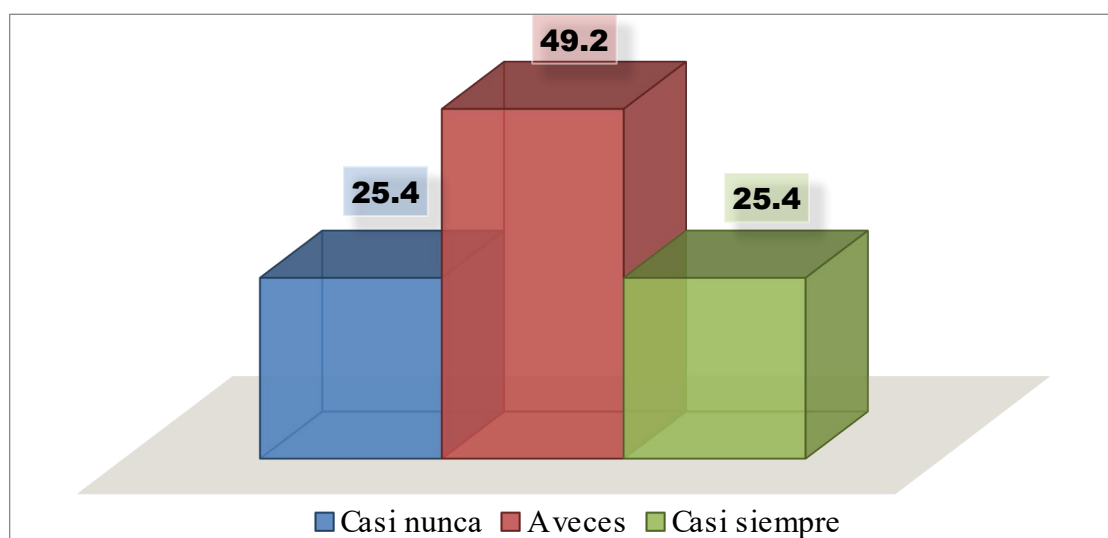
Resultados del indicador 04: Servicios básicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	15	25.4	25.4
	A veces	29	49.2	74.6
	Casi siempre	15	25.4	100.0
	Total	59	100.0	

Nota: El cuadro representa los resultados del indicador 04: Servicios básicos

Figura 14

Resultados del indicador 04: Servicios básicos



Nota: La figura representa los resultados del indicador 04: Servicios básicos

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron relacionado con el P-04: ¿Los costos de los servicios básicos afectan de manera significativa sus gastos administrativos?; los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 25.4% casi nunca, el 42.9% a veces y el 25.4% casi siempre.

P-05: ¿Colabora con el centro comercial para que incluyan su tienda en las campañas de marketing del centro?

Cuadro 18

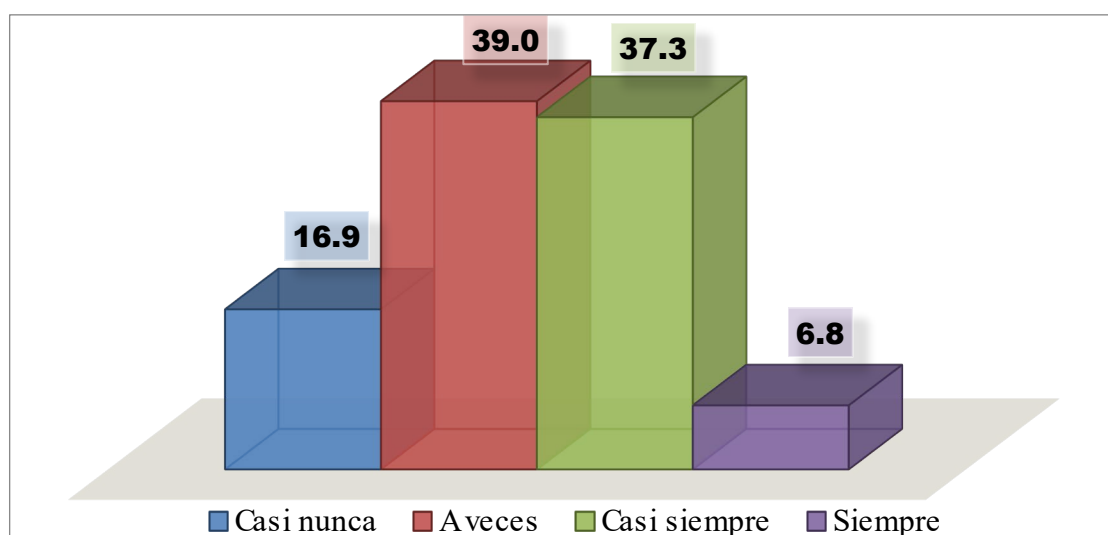
Resultados del indicador 05: Publicidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	10	16.9	16.9
	A veces	23	39.0	55.9
Válido	Casi siempre	22	37.3	93.2
	Siempre	4	6.8	100.0
	Total	59	100.0	

Nota: El cuadro representa los resultados del indicador 05: Publicidad

Figura 15

Resultados del indicador 05: Publicidad



Nota: La figura representa los resultados del indicador 05: Publicidad

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron relacionado con el P-05: ¿Colabora con el centro comercial para que incluyan su tienda en las campañas de marketing del centro?; los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 16.9% casi nunca, el 39.0% a veces, el 37.3% casi siempre y el 6.8% siempre.

P-06: ¿Qué tan frecuentemente revisa los contratos con proveedores de suministros para asegurar las mejores condiciones?

Cuadro 19

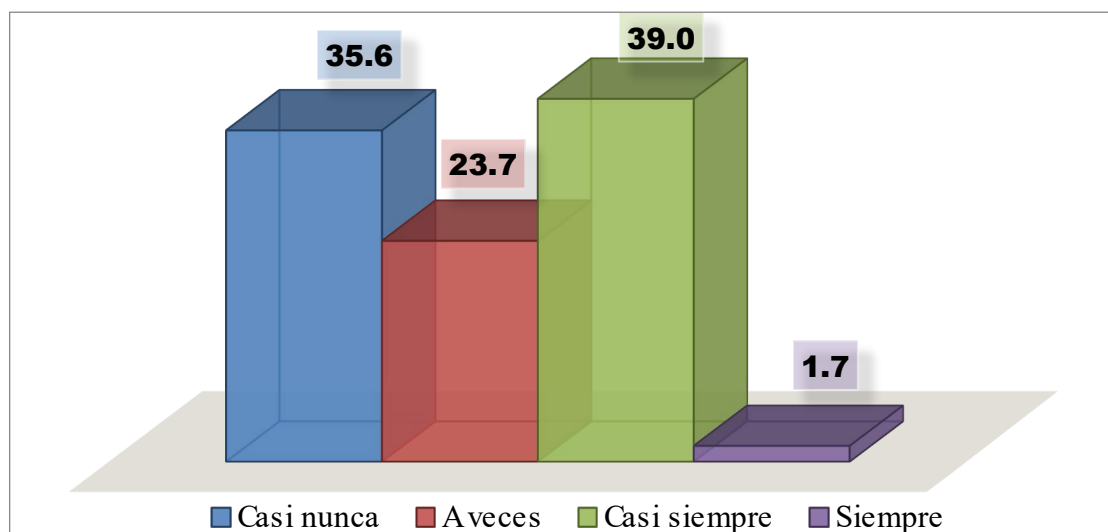
Resultados del indicador 06: Suministros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	21	35.6	35.6
	A veces	14	23.7	59.3
	Casi siempre	23	39.0	98.3
	Siempre	1	1.7	100.0
	Total	59	100.0	

Nota: El cuadro representa los resultados del indicador 06: Suministros

Figura 16

Resultados del indicador 06: Suministros



Nota: La figura representa los resultados del indicador 06: Suministros

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron relacionado con el P-06: ¿Qué tan frecuentemente revisa los contratos con proveedores de suministros para asegurar las mejores condiciones?; los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 35.6% casi nunca, el 23.7% a veces, el 39.0% casi siempre y el 1.7% siempre.

P-07: ¿Con qué regularidad se producen imprevistos que aumentan los gastos de transporte en su empresa?

Cuadro 20

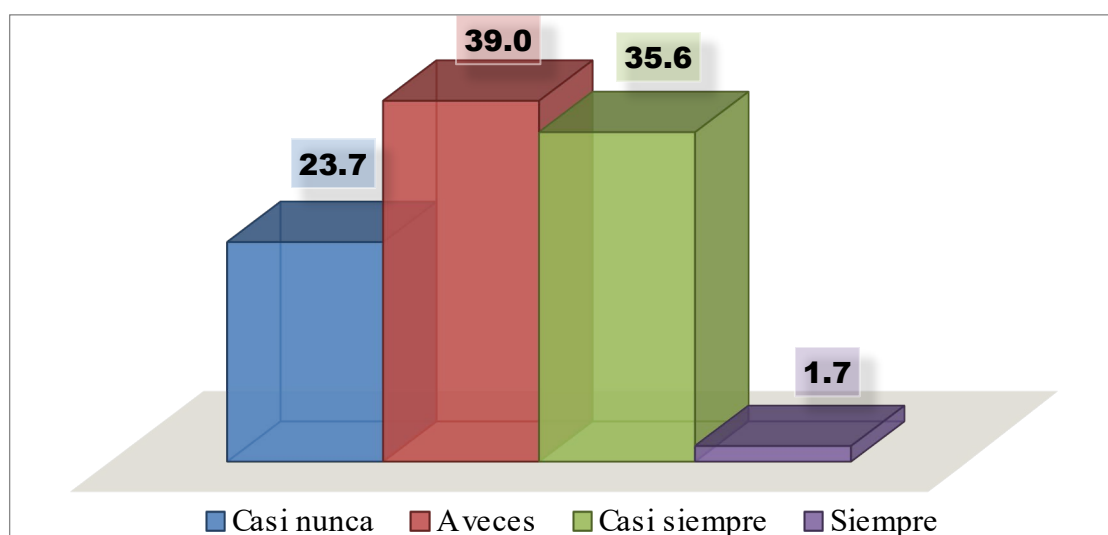
Resultados del indicador 07: Transporte

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	14	23.7	23.7
	A veces	23	39.0	62.7
Válido	Casi siempre	21	35.6	98.3
	Siempre	1	1.7	100.0
	Total	59	100.0	

Nota: El cuadro representa los resultados del indicador 07: Transporte

Figura 17

Resultados del indicador 07: Transporte



Nota: La figura representa los resultados del indicador 07: Transporte

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron relacionado con el P-07: ¿Con qué regularidad se producen imprevistos que aumentan los gastos de transporte en su empresa?; los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 23.7% casi nunca, el 39.0% a veces, el 35.6% casi siempre y el 1.7% siempre.

P-08: ¿Con qué frecuencia busca oportunidades para refinanciar los préstamos para reducir gastos?

Cuadro 21

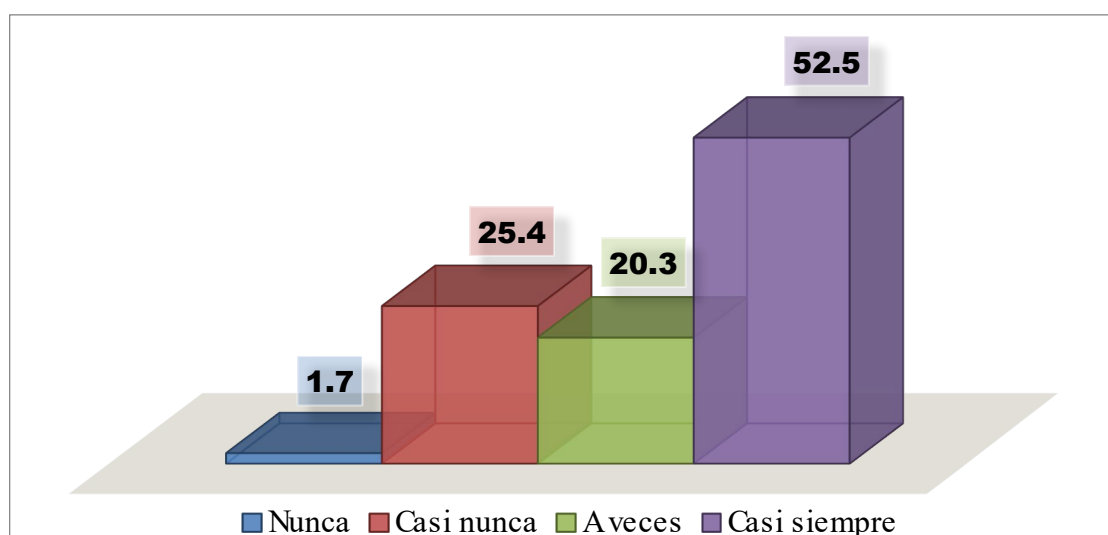
Resultados del indicador 08: Prestamos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	1	1.7	1.7
Casi nunca	15	25.4	27.1
Válido A veces	12	20.3	47.5
Casi siempre	31	52.5	100.0
Total	59	100.0	

Nota: El cuadro representa los resultados del indicador 08: Prestamos

Figura 18

Resultados del indicador 08: Prestamos



Nota: La figura representa los resultados del indicador 08: Prestamos

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron relacionado con el P-08: ¿Con qué frecuencia busca oportunidades para refinanciar los préstamos para reducir gastos?; los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 1.7% casi nunca, el 25.4% casi nunca, el 20.3% a veces y el 52.5% casi siempre.

P-09: ¿Con que regularidad revisa los intereses producidos por sus préstamos con terceros?

Cuadro 22

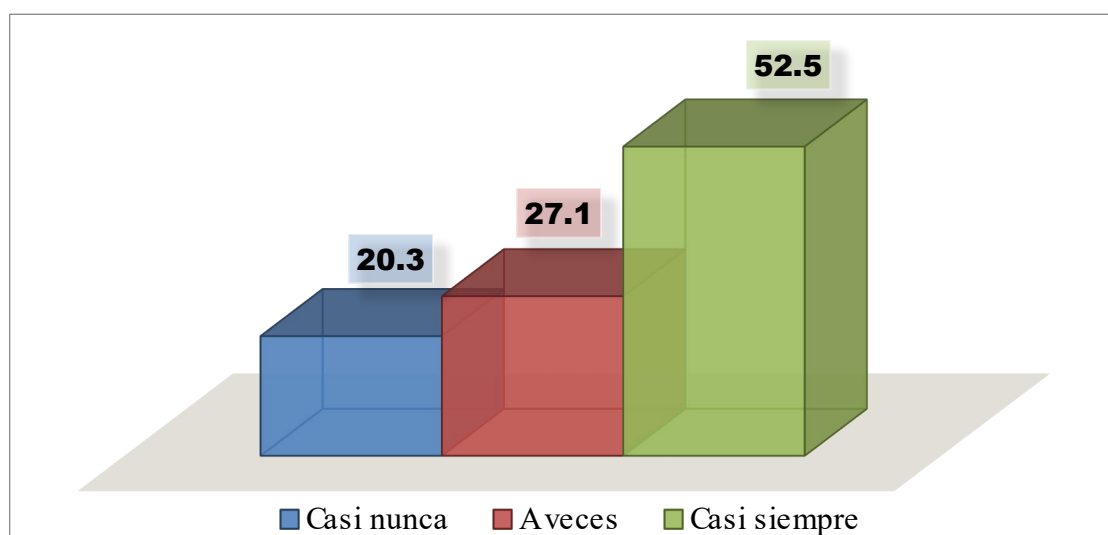
Resultados del indicador 09: Intereses

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	12	20.3	20.3
	A veces	16	27.1	47.5
	Casi siempre	31	52.5	100.0
	Total	59	100.0	

Nota: El cuadro representa los resultados del indicador 09: Intereses

Figura 19

Resultados del indicador 09: Intereses



Nota: La figura representa los resultados del indicador 09: Intereses

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron relacionado con el P-09: ¿Con que regularidad revisa los intereses producidos por sus préstamos con terceros?; los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 20.3% casi nunca, el 27.1% a veces y el 52.5% casi siempre.

P-10: ¿Siempre compara el costo actual de un producto con su valor de mercado al establecer el precio?

Cuadro 23

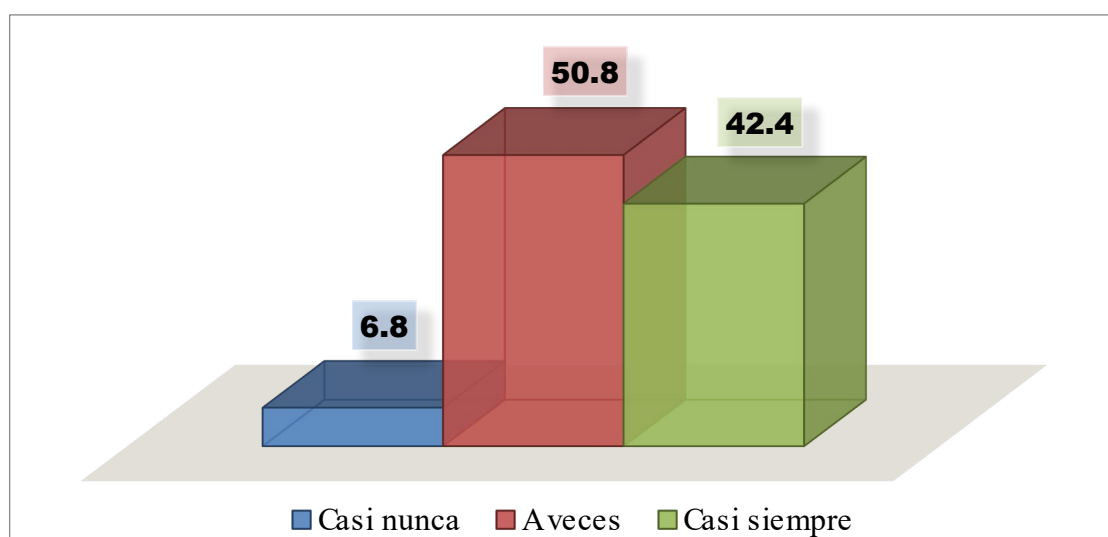
Resultados del indicador 10: Costo de adquisición

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	4	6.8	6.8
	A veces	30	50.8	57.6
	Casi siempre	25	42.4	100.0
	Total	59	100.0	

Nota: El cuadro representa los resultados del indicador 10: Costo de adquisición

Figura 20

Resultados del indicador 10: Costo de adquisición



Nota: La figura representa los resultados del indicador 10: Costo de adquisición

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron relacionado con el P-10: ¿Siempre compara el costo actual de un producto con su valor de mercado al establecer el precio?; los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 6.8% casi nunca, el 50.8% a veces y el 42.4% casi siempre.

P-11: ¿Considero la variación de existencias al ajustar los precios de mis productos?

Cuadro 24

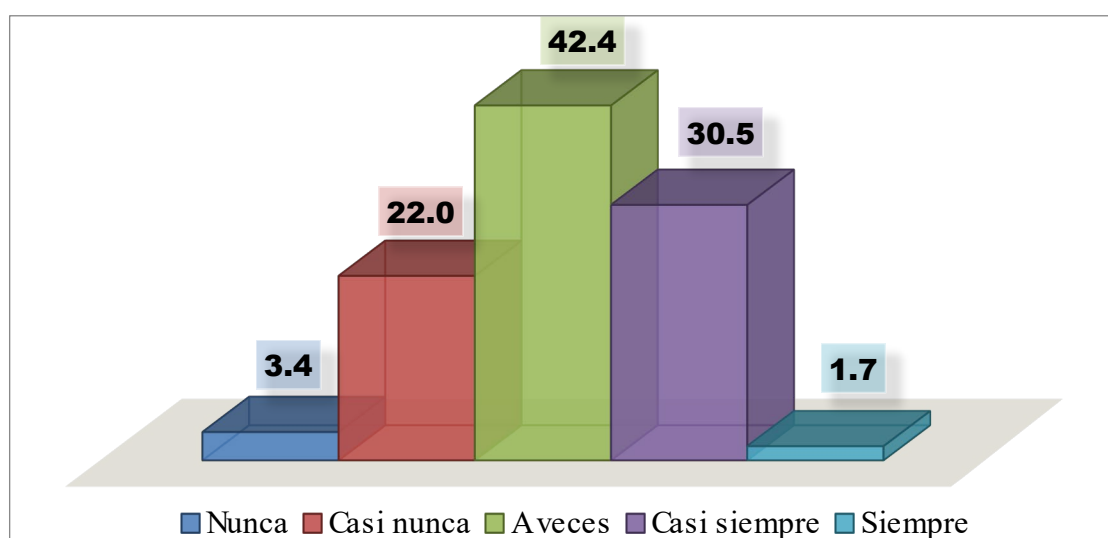
Resultados del indicador 11: Variación de existencias

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	2	3.4	3.4
Casi nunca	13	22.0	25.4
A veces	25	42.4	67.8
Casi siempre	18	30.5	98.3
Siempre	1	1.7	100.0
Total	59	100.0	

Nota: El cuadro representa los resultados del indicador 11: Variación de existencias

Figura 21

Resultados del indicador 11: Variación de existencias



Nota: La figura representa los resultados del indicador 11: Variación de existencias

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron relacionado con el P-11: ¿Considero la variación de existencias al ajustar los precios de mis productos?; los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 3.4% nunca. El 22.0% casi nunca, el 42.4% a veces, el 30.5% casi siempre y el 1.7% siempre.

P-12: ¿Revisas las facturas de compra para asegurarte de que los costos están correctamente reflejados en el precio?

Cuadro 25

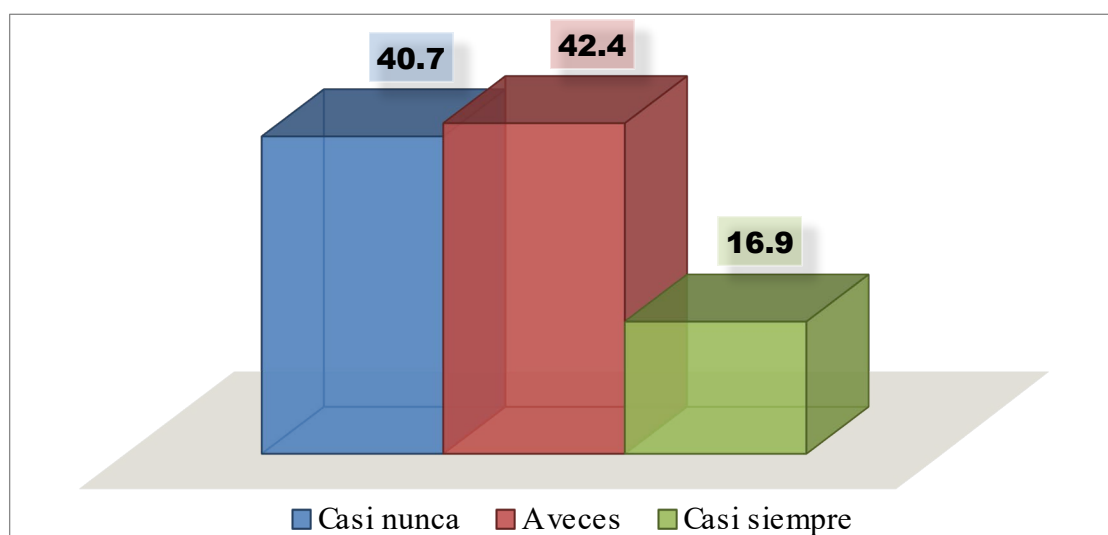
Resultados del *indicador 12: Costos vinculados con las compras*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	24	40.7
	A veces	25	42.4
	Casi siempre	10	100.0
	Total	59	100.0

Nota: El cuadro representa los resultados del indicador 12: Costos vinculados con las compras

Figura 22

Resultados del *indicador 12: Costos vinculados con las compras*



Nota: La figura representa los resultados del indicador 12: Costos vinculados con las compras

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron relacionado con el P-12: ¿Revisas las facturas de compra para asegurarte de que los costos están correctamente reflejados en el precio?; los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 40.7% casi nunca, el 42.4% a veces y el 16.9% casi siempre.

P-13: ¿Realizo estudios de mercado para ajustar los precios de acuerdo con la demanda?

Cuadro 26

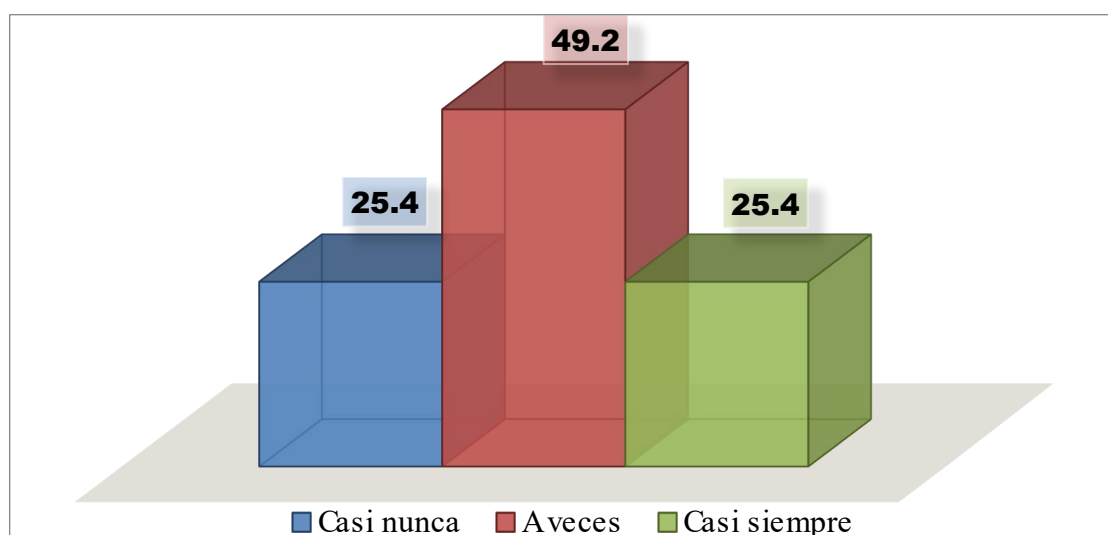
Resultados del indicador 13: Valor de mercado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casi nunca	15	25.4	25.4
A veces	29	49.2	74.6
Casi siempre	15	25.4	100.0
Total	59	100.0	

Nota: El cuadro representa los resultados del indicador 13: Valor de mercado

Figura 23

Resultados del indicador 13: Valor de mercado



Nota: La figura representa los resultados del indicador 13: Valor de mercado

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron relacionado con el P-13: ¿Realizo estudios de mercado para ajustar los precios de acuerdo con la demanda?; los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 25.4% casi nunca, el 49.2% a veces y el 25.4% casi siempre.

P-14: ¿Toma en cuenta el costo de oportunidad al decidir sobre descuentos o promociones?

Cuadro 27

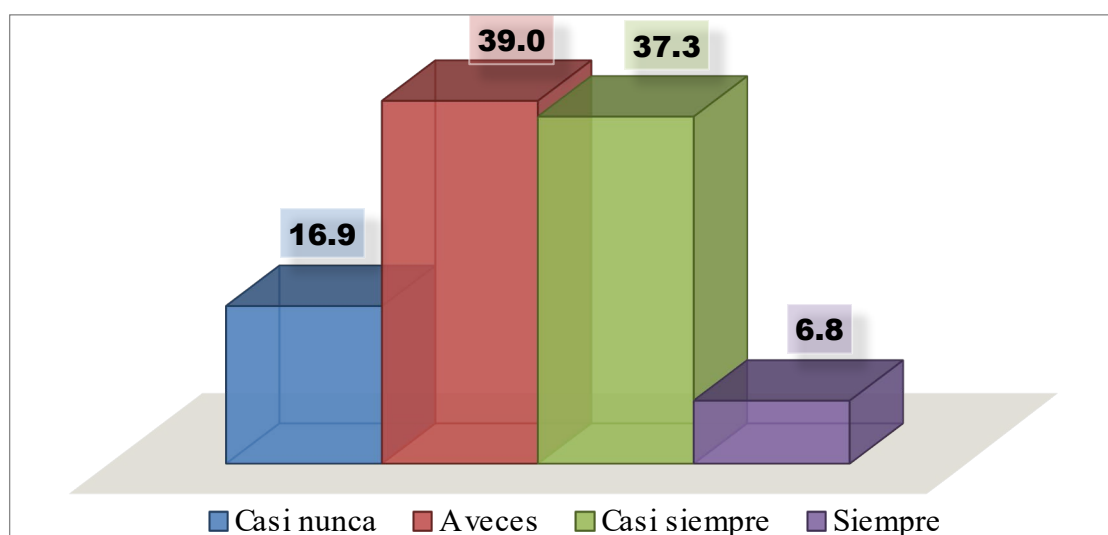
Resultados del indicador 14: Costo de oportunidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casi nunca	10	16.9	16.9
A veces	23	39.0	55.9
Válido Casi siempre	22	37.3	93.2
Siempre	4	6.8	100.0
Total	59	100.0	

Nota: El cuadro representa los resultados del indicador 14: Costo de oportunidad

Figura 24

Resultados del indicador 14: Costo de oportunidad



Nota: La figura representa los resultados del indicador 14: Costo de oportunidad

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron relacionado con el P-14: ¿Toma en cuenta el costo de oportunidad al decidir sobre descuentos o promociones?; los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 16.9% casi nunca, el 39.0% a veces, el 37.3% casi siempre y el 6.8% siempre.

P-15: ¿Toma en cuenta las condiciones económicas locales al fijar los precios de sus productos?

Cuadro 28

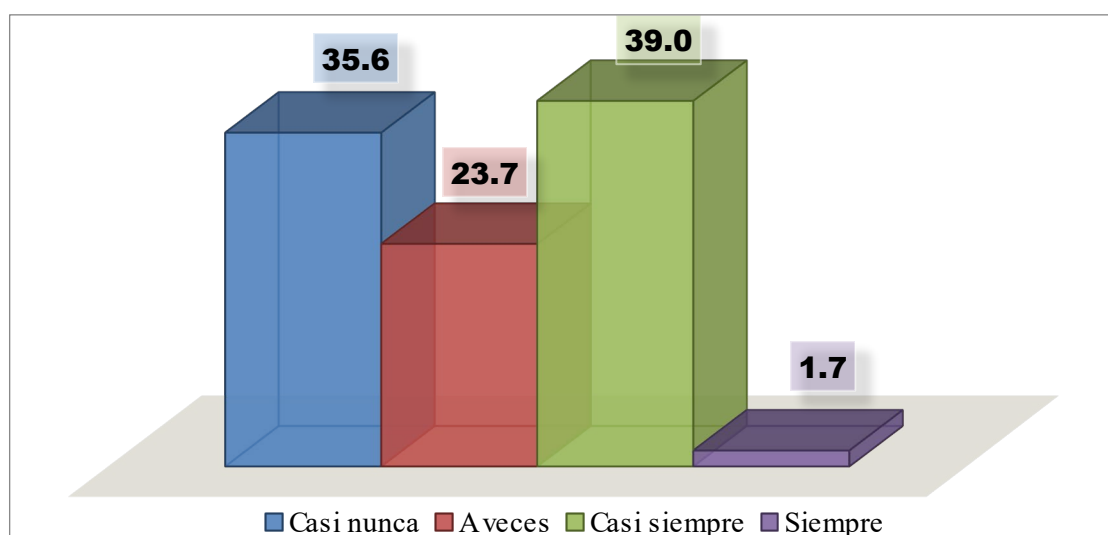
Resultados del indicador 15: Condiciones del entorno

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	21	35.6	35.6
	A veces	14	23.7	59.3
Válido	Casi siempre	23	39.0	98.3
	Siempre	1	1.7	100.0
	Total	59	100.0	

Nota: El cuadro representa los resultados del indicador 15: Condiciones del entorno

Figura 25

Resultados del indicador 15: Condiciones del entorno



Nota: La figura representa los resultados del indicador 15: Condiciones del entorno

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron relacionado con el P-15: ¿Toma en cuenta las condiciones económicas locales al fijar los precios de sus productos?; los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 35.6% casi nunca, el 23.7% a veces, el 39.0% casi siempre y el 1.7% siempre.

P-16: ¿Con qué frecuencia analizan los precios de los competidores para determinar el valor de mercado de sus productos?

Cuadro 29

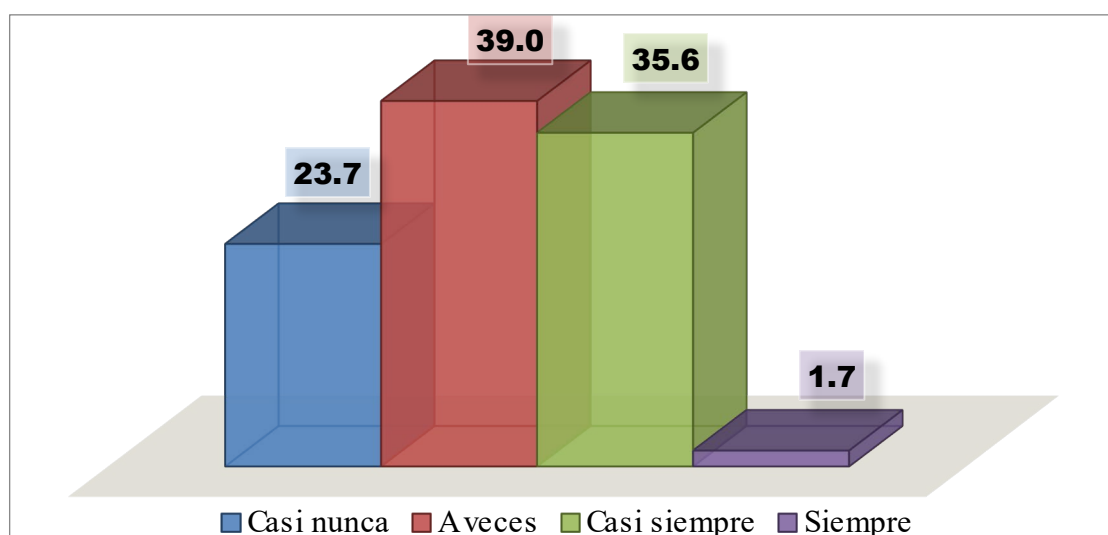
Resultados del indicador 16: Competencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casi nunca	14	23.7	23.7
A veces	23	39.0	62.7
Válido Casi siempre	21	35.6	98.3
Siempre	1	1.7	100.0
Total	59	100.0	

Nota: El cuadro representa los resultados del indicador 16: Competencia

Figura 26

Resultados del indicador 16: Competencia



Nota: La figura representa los resultados del indicador 16: Competencia

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron relacionado con el P-16: ¿Con qué frecuencia analizan los precios de los competidores para determinar el valor de mercado de sus productos?; los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 23.7% casi nunca, el 39.0% a veces, el 35.6% casi siempre y el 1.7% siempre.

P-17: ¿Analiza el impacto de las promociones en las ventas antes de decidir una estrategia de precios?

Cuadro 30

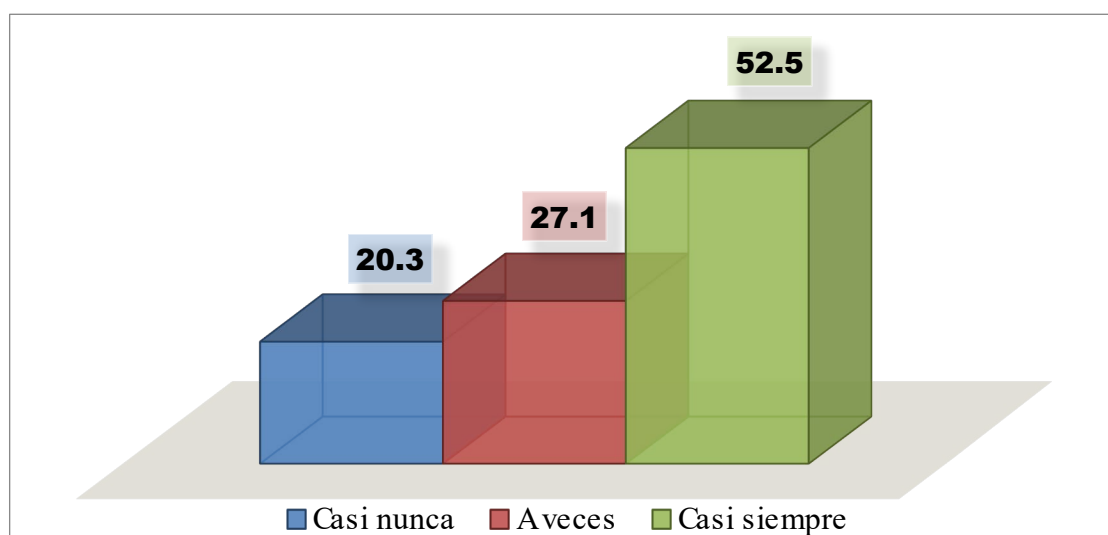
Resultados del indicador 17: Promociones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	12	20.3	20.3
	A veces	16	27.1	47.5
	Casi siempre	31	52.5	100.0
	Total	59	100.0	

Nota: El cuadro representa los resultados del indicador 17: Promociones

Figura 27

Resultados del indicador 17: Promociones



Nota: La figura representa los resultados del indicador 17: Promociones

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron relacionado con el P-17: ¿Analiza el impacto de las promociones en las ventas antes de decidir una estrategia de precios?; los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 20.3% casi nunca, el 27.1% a veces y el 52.5% casi siempre.

P-18: ¿Realiza un análisis de la competencia antes de ofrecer descuentos?

Cuadro 31

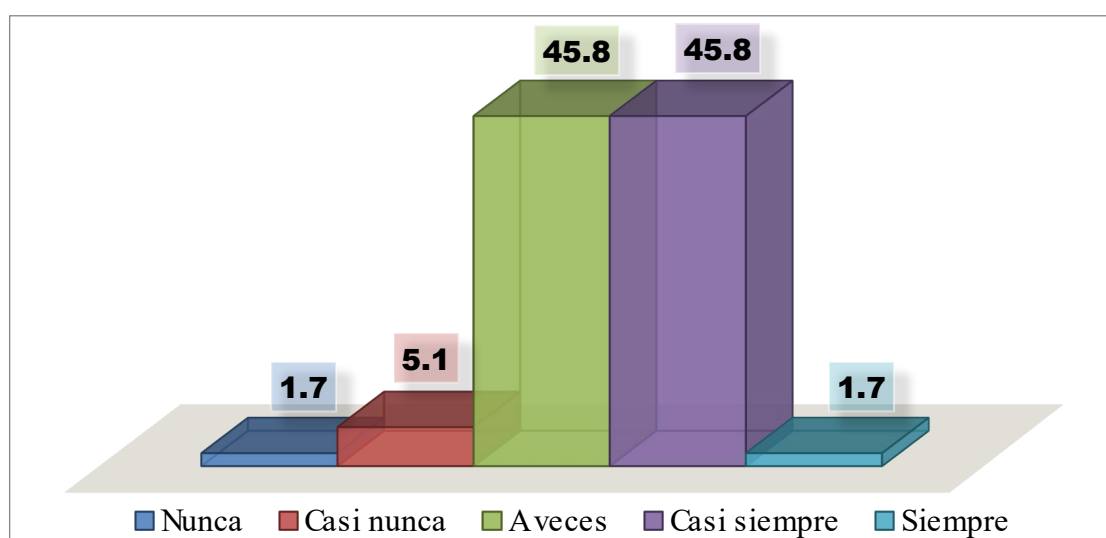
Resultados del indicador 18: Descuentos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	1	1.7	1.7
Casi nunca	3	5.1	6.8
A veces	27	45.8	52.5
Casi siempre	27	45.8	98.3
Siempre	1	1.7	100.0
Total	59	100.0	

Nota: El cuadro representa los resultados del indicador 18: Descuentos

Figura 28

Resultados del indicador 18: Descuentos



Nota: La figura representa los resultados del indicador 18: Descuentos

Interpretación

Los resultados que se obtuvieron relacionado con el P-18: ¿Realiza un análisis de la competencia antes de ofrecer descuentos?; los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 1.7% nunca, el 5.1% casi nunca, el 45.8% a veces, el 45.8% casi siempre y el 1.7% siempre.

5.2. Pruebas de hipótesis

Prueba de normalidad

H₀: Los datos tienen distribución normal

H₁: Los datos no tienen distribución normal

Cuadro 32

Prueba de normalidad

Variables y dimensiones de investigación	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
V1: Gastos operativos	0.408	59	0.000
V1-D1: Gastos administrativos	0.355	59	0.000
V1-D2: Gastos de venta	0.283	59	0.000
V1-D3: Gastos financieros	0.274	59	0.000
V2: Determinación de precio	0.414	59	0.000
V2-D1: Costo actual/ valor	0.355	59	0.000
V2-D2: Valor de mercado	0.283	59	0.000
V2-D3: Precio	0.250	59	0.000

Nota: El cuadro representa la prueba de normalidad

Interpretación

A partir del análisis de normalidad mostrado en el cuadro, se observa una relación entre los grados de libertad (gl) y el número de personas incluidas en la muestra. Por ello, se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov. Al analizar el valor de significancia (sig), se pudo determinar la distribución de los datos, considerando las variables y dimensiones del estudio. Dado que el valor es inferior a 0.05, se concluye que los datos no siguen una distribución normal, lo que indica que son no paramétricos. En consecuencia, se utilizó la prueba de chi-cuadrado para validar las hipótesis y, para evaluar la relación entre las variables, se empleó la prueba no paramétrica de Spearman..

Prueba de hipótesis general

H1: Existe relación significativa entre los gastos operativos y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.

H0: No Existe relación significativa entre los gastos operativos y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.

Cuadro 33

Prueba de chi-cuadrado de la hipótesis general

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	111,444	4	0.000
Razón de verosimilitud	74.706	4	0.000
Asociación lineal por lineal	53.979	1	0.000
N de casos válidos	59		

Nota: El cuadro representa la prueba de chi-cuadrado de la hipótesis general

Interpretación

Para confirmar la validez de la hipótesis general, se llevó a cabo un análisis exhaustivo utilizando la prueba de chi-cuadrado, donde se tomó como base los datos obtenidos de la encuesta que respondieron los 59 empresarios que se seleccionó como muestra del estudio. Los resultados de este análisis revelaron un nivel de significancia inferior a 0.05, lo que nos lleva a rechazar la hipótesis nula. Este hallazgo apunta de manera sólida hacia la existencia de entre los gastos operativos y el proceso de determinación de precios de los empresarios.

OG: Describir la relación entre los gastos operativos y el proceso de determinación de precios del Centro Comercial el Paraíso distrito de Santiago - Cusco, 2023.

Cuadro 34

Prueba de correlación de Spearman del objetivo general

			Gastos operativos	Determinación de precio
Rho de Spearman	Gastos operativos	Coefficiente de correlación	1.000	,962**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	59	59
	Determinación de precio	Coefficiente de correlación	,962**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	59	59

Nota: El cuadro representa la prueba de correlación de Spearman del objetivo general

Interpretación

Para alcanzar el objetivo general de la investigación, se aplicó la prueba de Rho de Spearman, una herramienta estadística adecuada para analizar relaciones entre variables no paramétricas. Al realizar este análisis, se encontró que el coeficiente de correlación obtenido fue de 0.962. Este valor indica una relación directa positiva entre los gastos operativos y la Determinación de precio.

Esto sugiere que a medida que aumentan los gastos operativos, existe una tendencia igualmente pronunciada a que los precios también aumenten, lo que resalta la estrecha interdependencia entre estos factores dentro del contexto estudiado. Este resultado subraya la importancia de gestionar los gastos operativos para un adecuado control en la fijación de precios.

Prueba de hipótesis específicas 1

H1: Existe relación significativa entre los gastos administrativos y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.

H0: No existe relación significativa entre los gastos administrativos y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.

Cuadro 35

Prueba de chi-cuadrado de la hipótesis específico 1

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	85,878 ^a	4	0.000
Razón de verosimilitud	70.317	4	0.000
Asociación lineal por lineal	45.979	1	0.000
N de casos válidos	59		

Nota: El cuadro representa la prueba de chi-cuadrado de la hipótesis específico 1

Interpretación

Para confirmar la validez de la hipótesis específica 01, se llevó a cabo un análisis exhaustivo utilizando la prueba de chi-cuadrado, donde se tomó como base los datos obtenidos de la encuesta que respondieron los 59 empresarios que se seleccionó como muestra del estudio. Los resultados de este análisis revelaron un nivel de significancia inferior a 0.05, lo que nos lleva a rechazar la hipótesis nula. Este hallazgo apunta de manera sólida hacia la existencia de una relación significativa entre los gastos administrativos y el proceso de determinación de precios de los empresarios.

OE1: Describir la relación entre los gastos administrativos y el proceso de determinación de precios del Centro Comercial el Paraíso distrito de Santiago - Cusco, 2023.

Cuadro 36

Prueba de correlación de Spearman del objetivo específico 1

		Gastos administrativos	Determinación de precio
Rho de Spearman	Gastos administrativos	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,897**
		N	59
	Determinación de precio	Coefficiente de correlación	,897**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	59

Nota: El cuadro representa la prueba de correlación de Spearman del objetivo específico 1

Interpretación

Para alcanzar el objetivo general de la investigación, se aplicó la prueba de Rho de Spearman, una herramienta estadística adecuada para analizar relaciones entre variables no paramétricas. Al realizar este análisis, se encontró que el coeficiente de correlación obtenido fue de 0.897. Este valor indica una relación directa positiva entre los Gastos administrativos y la Determinación de precio.

Este resultado sugiere que a medida que aumentan los gastos administrativos, también tiende a incrementarse la determinación del precio. Al ser una herramienta adecuada para analizar variables que no siguen una distribución normal, la prueba de Spearman confirma que existe una asociación directa y significativa entre estas dos variables, evidenciando una relación coherente dentro del contexto estudiado.

Prueba de hipótesis específicas 2

H1: Existe relación significativa entre los gastos de venta y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.

H0: No existe relación significativa entre los gastos de venta y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.

Cuadro 37

Prueba de chi-cuadrado de la hipótesis específico 2

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19,167	4	0.001
Razón de verosimilitud	18.087	4	0.001
Asociación lineal por lineal	10.154	1	0.001
N de casos válidos	59		

Nota: El cuadro representa la prueba de chi-cuadrado de la hipótesis específico 2

Interpretación

Para confirmar la validez de la hipótesis específica 02, se llevó a cabo un análisis exhaustivo utilizando la prueba de chi-cuadrado, donde se tomó como base los datos obtenidos de la encuesta que respondieron los 59 empresarios que se seleccionó como muestra del estudio. Los resultados de este análisis revelaron un nivel de significancia inferior a 0.05, lo que nos lleva a rechazar la hipótesis nula. Este hallazgo apunta de manera sólida hacia la existencia de una relación significativa entre los gastos de venta y el proceso de determinación de precios.

OE2: Describir la relación entre los gastos de venta y el proceso de determinación de precios del Centro Comercial el Paraíso distrito de Santiago - Cusco, 2023.

Cuadro 38

Prueba de correlación de Spearman del objetivo específico 2

			Gastos de venta	Determinación de precio
Rho de Spearman	Gastos de venta	Coeficiente de correlación	1.000	,405**
		Sig. (bilateral)		0.001
		N	59	59
	Determinación de precio	Coeficiente de correlación	,405**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.001	
		N	59	59

Nota: El cuadro representa la prueba de correlación de Spearman del objetivo específico 2

Interpretación

Para alcanzar el objetivo general de la investigación, se aplicó la prueba de Rho de Spearman, una herramienta estadística adecuada para analizar relaciones entre variables no paramétricas. Al realizar este análisis, se encontró que el coeficiente de correlación obtenido fue de 0.405. Este valor indica una relación directa positiva entre los Gastos de venta y la Determinación de precio.

Esto implica que, a medida que los Gastos de venta aumentan, también tiende a incrementarse la Determinación de precio, aunque la relación no es lo suficientemente fuerte como para considerarse muy significativa, pero sí indica una tendencia positiva en su comportamiento conjunto.

Prueba de hipótesis específicas 3

H1: Existe relación significativa entre los gastos financieros y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.

H0: No existe relación significativa entre los gastos financieros y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.

Cuadro 39

Prueba de chi-cuadrado de la hipótesis específico 3

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24,014 ^a	4	0.000
Razón de verosimilitud	28.200	4	0.000
Asociación lineal por lineal	17.898	1	0.000
N de casos válidos	59		

Nota: El cuadro representa la prueba de chi-cuadrado de la hipótesis específico 3

Interpretación

Para confirmar la validez de la hipótesis específica 03, se llevó a cabo un análisis exhaustivo utilizando la prueba de chi-cuadrado, donde se tomó como base los datos obtenidos de la encuesta que respondieron los 59 empresarios que se seleccionó como muestra del estudio. Los resultados de este análisis revelaron un nivel de significancia inferior a 0.05, lo que nos lleva a rechazar la hipótesis nula. Este hallazgo apunta de manera sólida hacia la existencia de una relación significativa entre los gastos financieros y el proceso de determinación de precios de los empresarios.

OE3: Describir la relación entre los gastos financieros y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.

Cuadro 40

Prueba de correlación de Spearman del objetivo específico 3

			Gastos financieros	Determinación de precio
Rho de Spearman	Gastos financieros	Coefficiente de correlación	1.000	,559**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	59	59
	Determinación de precio	Coefficiente de correlación	,559**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	59	59

Nota: El cuadro representa la prueba de correlación de Spearman del objetivo específico 3

Interpretación

Para alcanzar el objetivo general de la investigación, se aplicó la prueba de Rho de Spearman, una herramienta estadística adecuada para analizar relaciones entre variables no paramétricas. Al realizar este análisis, se encontró que el coeficiente de correlación obtenido fue de 0.559. Este valor indica una relación directa positiva entre los Gastos financieros y la Determinación de precio.

Esto implica que, a medida que aumentan los gastos financieros, también tiende a incrementarse la determinación del precio, aunque la relación no es lo suficientemente fuerte como para ser considerada alta. Al ser Spearman una prueba no paramétrica, este resultado es adecuado para variables que no necesariamente siguen una distribución normal, lo que refuerza la pertinencia de su aplicación en este contexto investigativo.

5.3. Discusión de resultados

Para continuar con la discusión de los resultados, fue necesario evaluar la confiabilidad de los datos para ello se utilizó la prueba de Alpha de Cronbach, donde revelaron índices de (0.895 y 0.882) para cada variable respectivamente, donde se puede observar que valor tiene proximidad a la unidad, lo que respalda la validez y la solidez de la investigación, estos resultados indican que las respuestas proporcionadas por los participantes muestran una consistencia interna alta, lo que sugiere que el cuestionario utilizado fue efectivo para medir las variables de interés de manera confiable.

Para cumplir con el objetivo general se realizó el análisis descriptivo donde se puede verificar que existe una relación directa positiva entre los Gastos operativos y la Determinación de precio. Esto sugiere que a medida que aumentan los Gastos operativos, existe una tendencia igualmente pronunciada a que los precios también aumenten, lo que resalta la estrecha interdependencia entre estos factores dentro del contexto estudiado. Este resultado subraya la importancia de gestionar los gastos operativos para un adecuado control en la fijación de precios, por otro lado, para corroborar la hipótesis general, se consideró la prueba de chi-cuadrado donde el valor de significancia al ser menor a 0.05 se rechaza la hipótesis nula es decir que existe relación significativa entre las unidades de estudio y para describir el nivel de relación se consideró el coeficiente de Spearman donde el valor obtenido fue 0.405. Este valor indica una relación directa positiva entre los Gastos de venta y la Determinación de precio.

Los resultados hallados son contrastados por Durán y Zolano (2019) Indica que, en las empresas del sector industrial, la gestión eficiente de los costos operativos y la determinación adecuada de precios son cruciales para la calidad y productividad en la producción. Sin embargo, la falta de un sistema de costos adaptado puede dificultar la determinación precisa de los costos, impactando en la competitividad de los precios. A pesar

de reconocer la importancia de la planificación estratégica, los gerentes a menudo no aprovechan la información de costos para optimizar la producción y fijar precios óptimos, lo que puede resultar en aumentos de costos y disminución de la calidad del producto. Así mismo Muñoz (2019) Indica que una gestión eficaz de los costos operativos y la determinación de precios es crucial para la salud financiera y la competitividad de las empresas. La ausencia de profesionales capacitados en contabilidad de costos puede provocar desafíos significativos en la asignación y distribución correcta de los costos, lo que repercute en la rentabilidad y en la capacidad de establecer precios competitivos. Es esencial que las empresas comprendan la importancia de contar con personal especializado en esta área y desarrollen estrategias efectivas para la gestión de costos y la determinación de precios, que les permitan tomar decisiones informadas y alcanzar sus objetivos comerciales. Morales y Rodríguez(2022) Señala que la relación entre los costos indirectos y la determinación de precios es clara, ya que una identificación precisa de estos costos permite su correcta asignación y aplicación en el proceso de determinación de precios. Es fundamental para la empresa tener en cuenta esta relación, ya que una distribución inadecuada de los costos indirectos puede resultar en precios no confiables y potenciales pérdidas para la empresa.

Para cumplir con el objetivo específico 01 se realizó el análisis descriptivo donde se puede verificar que existe una relación directa positiva entre los Gastos administrativos y la Determinación de precio. Este resultado sugiere que a medida que aumentan los gastos administrativos, también tiende a incrementarse la determinación del precio. Al ser una herramienta adecuada para analizar variables que no siguen una distribución normal, la prueba de Spearman confirma que existe una asociación directa y significativa entre estas dos variables, evidenciando una relación coherente dentro del contexto estudiado por otro lado, para corroborar la hipótesis específica 01, se consideró la prueba de chi-cuadrado

donde el valor de significancia al ser menor a 0.05 se rechaza la hipótesis nula es decir que existe relación significativa entre las unidades de estudio y para describir el nivel de relación se consideró el coeficiente de Spearman donde el valor obtenido fue de 0.897. Este valor indica una relación directa positiva entre los Gastos administrativos y la Determinación de precio.

Los resultados hallados son contrastados por Angulo y Quinto (2020) Indica que la relación entre la inversión en activos empresariales, los costos operativos y la determinación de precios es fundamental para entender cómo estas variables afectan la rentabilidad y la salud financiera de una empresa. Cuando una empresa realiza inversiones estratégicas en activos como maquinaria, tecnología o infraestructura, mejora su eficiencia operativa y reduce sus costos a largo plazo. Estas inversiones inteligentes elevan la calidad de los productos al disminuir los costos operativos, permitiendo a la empresa fijar precios competitivos y rentables. Como resultado, la empresa fortalece su posición financiera y su capacidad para generar beneficios sostenibles a largo plazo. Así mismo Castro y Ccala (2019) Señala que a medida que el proceso de determinación de los costos operativos en la cadena de suministro se vuelve más detallado y complejo, su impacto en la estrategia de determinación de precios de venta también aumenta. Un análisis exhaustivo de todos los aspectos operativos, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto final al cliente, proporciona una visión más clara de los costos reales. Esta comprensión detallada permite una determinación de precios más precisa y estratégica, lo que puede resultar en márgenes de beneficio más robustos. Bastidas y Román(2019) Indica que la implementación del sistema de costeo ABC para calcular los costos de los productos contribuye a reducir las distorsiones en la determinación de precios, evitando el subsidio cruzado entre productos.

Para cumplir con el objetivo específico 02 se realizó el análisis descriptivo donde se puede verificar que existe una relación directa positiva entre los Gastos de venta y la Determinación de precio. Esto implica que, a medida que los Gastos de venta aumentan, también tiende a incrementarse la Determinación de precio, aunque la relación no es lo suficientemente fuerte como para considerarse muy significativa, pero sí indica una tendencia positiva en su comportamiento conjunto. Por otro lado, para corroborar la hipótesis específica 02, se consideró la prueba de chi-cuadrado donde el valor de significancia al ser menor a 0.05 se rechaza la hipótesis nula es decir que existe relación significativa entre las unidades de estudio y para describir el nivel de relación se consideró el coeficiente de Spearman donde el valor obtenido fue de 0.405. Este valor indica una relación directa positiva entre los Gastos de venta y la Determinación de precio.

Los resultados hallados son contrastados por Lluncor (2019) Indica que, para calcular el costo de producción de la escalera, la estructura del techo y la carreta, la empresa se centra principalmente en los costos variables directos. Por lo tanto, emplea un método de costeo parcial variable, dado que estos costos variables tienen el mayor impacto en el costo final del producto. Debido a la preeminencia de los costos variables directos, las fluctuaciones en otros costos no afectan significativamente el costo total del producto. Así mismo Cusilayme (2021) Indica que, las micro y pequeñas empresas textiles utilizan una variedad de métodos para fijar sus precios, que incluyen el margen de ganancia, la curva de experiencia, el método basado en la utilidad deseada, entre otros. Sin embargo, estas empresas no consideran todos los costos de producción en su totalidad, sino que se limitan a incluir solo la materia prima (como la lana), la mano de obra (operarios y personal de ventas), y los costos indirectos como la electricidad. Establecen un margen de utilidad para asegurar que el producto sea competitivo en el mercado y accesible para los clientes. La elección de estos métodos de determinación de precios se basa en la experiencia obtenida a través de capacitaciones y

trabajos previos. Este enfoque se describe en la investigación como "costo más un margen de utilidad". Es relevante señalar que no existe un método de determinación de precios que sea intrínsecamente superior a los demás; sin embargo, la correcta aplicación del método adecuado puede llevar al éxito en la rentabilidad de la empresa. Soto y Tebes (2023) Indica que la implementación del costeo se destaca como la solución más efectiva para enfrentar los desafíos relacionados con el costeo y la determinación de precios que enfrenta la empresa. Este enfoque proporciona una base sólida para asignar con precisión los costos a las actividades específicas en el proceso de transformación de semillas a granos andinos, facilitando decisiones informadas y mejorando la rentabilidad.

Para cumplir con el objetivo específico 03 se realizó el análisis descriptivo donde se puede verificar que una relación directa positiva entre los Gastos financieros y la Determinación de precio. Esto implica que, a medida que aumentan los gastos financieros, también tiende a incrementarse la determinación del precio, aunque la relación no es lo suficientemente fuerte como para ser considerada alta. Al ser Spearman una prueba no paramétrica, este resultado es adecuado para variables que no necesariamente siguen una distribución normal, lo que refuerza la pertinencia de su aplicación en este contexto investigativo. Por otro lado, para corroborar la hipótesis específica 03, se consideró la prueba de chi-cuadrado donde el valor de significancia al ser menor a 0.05 se rechaza la hipótesis nula es decir que existe relación significativa entre las unidades de estudio y para describir el nivel de relación se consideró el coeficiente de Spearman donde el valor obtenido fue de 0.559. Este valor indica una relación directa positiva entre los Gastos financieros y la Determinación de precio.

Los resultados hallados son contrastados por Zavalaga (2022) Señala que se ha identificado una relación significativa y positiva entre la determinación de los costos operativos y la determinación de precios de venta. Esta conexión es crucial, ya que la

precisión en el cálculo de los costos impacta directamente en la capacidad de establecer precios competitivos y rentables. En otras palabras, una comprensión detallada de los costos operativos facilita la determinación de precios apropiados, lo que a su vez contribuye al éxito y a la viabilidad financiera de la empresa. Así mismo Cevallos y Rugel (2022) Señala que la implementación del método ABC representa un paso crucial hacia una gestión más precisa y efectiva de los costos. Al adoptar este enfoque, una compañía busca obtener una comprensión más profunda de los costos asociados con cada actividad en el proceso de prestación del servicio de lavado de autos. Al conocer los valores reales de los costos, una compañía podrá tomar decisiones más informadas en cuanto a la determinación de precios y asignación de recursos, lo que contribuirá a mejorar su rentabilidad y competitividad en el mercado. Castro (2024) Indica que una revisión detallada de la estrategia de determinación de precios resalta la necesidad general de adaptarse a un entorno empresarial dinámico. Es esencial comprender a fondo los costos de producción y tener en cuenta factores externos para desarrollar una estrategia efectiva. La flexibilidad en la determinación de precios, alineada con la percepción del valor por parte de los clientes y las condiciones del mercado, emerge como un elemento clave para el éxito en cualquier empresa. Además, en un panorama cambiante, las organizaciones pueden optimizar su posición mediante ajustes estratégicos que equilibren la rentabilidad con la competitividad sostenible. Melgar (2019) Señala que la competencia en el sector peninsular tiene un impacto considerable en los precios de los servicios. Sin embargo, existen desafíos en la correcta asignación de los costos asociados a cada orden de lavado, lo que afecta la capacidad de fijar precios competitivos y rentables. La ausencia de un método sistemático para establecer los precios de venta también limita la capacidad de la empresa para alcanzar niveles óptimos de rentabilidad.

CONCLUSIONES

- En conclusión, los resultados del análisis indican que existe una relación significativa entre los gastos operativos y el proceso de determinación de precios por parte de los empresarios. Este hallazgo indica que los gastos operativos influyen de manera notable en cómo los empresarios fijan los precios de sus productos, sugiriendo que un incremento en estos gastos tiende a reflejarse en un ajuste en los precios. Esta relación subraya la importancia de considerar los costos operativos como un factor clave en la estrategia de precios, y destaca la necesidad de una gestión financiera eficiente para mantener una adecuada alineación entre los costos y las decisiones de precios, lo que a su vez puede impactar la competitividad y rentabilidad de los negocios en el centro comercial.
- En conclusión, los resultados del análisis indican que existe una relación significativa entre los gastos administrativos y el proceso de determinación de precios entre los empresarios del Centro Comercial El Paraíso en el distrito de Santiago - Cusco, durante el año 2023. Esta correlación sugiere que los empresarios ajustan sus estrategias de fijación de precios en función de los gastos administrativos que enfrentan, reflejando una conexión directa en la forma en que los costos operativos influyen en las decisiones de precios. Por lo tanto, comprender esta relación es crucial para optimizar las estrategias de precios y mejorar la gestión financiera dentro de este contexto comercial.
- En conclusión, los resultados obtenidos de la investigación demuestran que existe una relación significativa entre los gastos de venta y el proceso de determinación de precios entre los empresarios del Centro Comercial El Paraíso en el distrito de Santiago - Cusco durante el año 2023. Esta relación significativa sugiere que los empresarios tienden a ajustar sus estrategias de precios en función de los gastos asociados a la venta, lo que refleja una adaptación consciente a los costos para mantener la rentabilidad. Este hallazgo subraya la importancia de considerar los gastos de venta como un factor clave en la

formulación de precios, evidenciando cómo las decisiones de precios no solo responden a la demanda y competencia, sino también a los costos operativos involucrados.

- En conclusión, la investigación realizada en el Centro Comercial El Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023, revela que existe una relación significativa entre los gastos financieros y el proceso de determinación de precios por parte de los empresarios. El coeficiente de correlación de 0.559 obtenido mediante la prueba de Rho de Spearman indica una relación positiva moderada, lo que sugiere que los empresarios tienden a ajustar sus precios en función de sus gastos financieros. Este hallazgo destaca la importancia de considerar los costos financieros como un factor clave en la estrategia de fijación de precios, ya que los gastos financieros influyen de manera notable en cómo los empresarios establecen sus precios para asegurar la sostenibilidad y rentabilidad de sus negocios.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los empresarios que los empresarios del Centro Comercial El Paraíso integren una gestión financiera estratégica en sus operaciones. Se recomienda implementar un sistema de monitoreo y control de gastos operativos que permita una evaluación constante de los costos asociados a sus negocios. Este enfoque ayudará a ajustar los precios de manera oportuna y adecuada, alineando así los costos operativos con la estrategia de precios. Además, es aconsejable realizar revisiones periódicas de los gastos y adaptar las políticas de precios para mantener la competitividad y maximizar la rentabilidad. Una gestión financiera eficiente no solo contribuirá a una mejor toma de decisiones en cuanto a precios, sino que también potenciará la sostenibilidad y el éxito en el entorno competitivo del centro comercial.
- Se recomienda a los empresarios considerar cuidadosamente sus costos administrativos al fijar precios. Es fundamental que realicen un seguimiento detallado de estos gastos para ajustar sus estrategias de precios de manera efectiva. Implementar un sistema de gestión financiera que permita una visibilidad clara de los costos administrativos ayudará a establecer precios más competitivos y sostenibles. Además, se sugiere realizar revisiones periódicas de los gastos y evaluar cómo afectan la rentabilidad para tomar decisiones informadas y optimizar la rentabilidad en el contexto del mercado local.
- Se recomienda a los empresarios del Centro Comercial El Paraíso en el distrito de Santiago - Cusco, que optimicen sus estrategias de fijación de precios considerando de manera integral los gastos de venta. Es crucial que ajusten sus precios no solo en respuesta a la demanda y competencia, sino también en función de los costos operativos asociados. Implementar un análisis más detallado de los gastos de venta permitirá una mejor alineación entre los precios establecidos y la rentabilidad deseada. Además, se sugiere la elaboración de un sistema de monitoreo y revisión periódica de estos costos para adaptar

los precios de manera dinámica, garantizando así una gestión financiera más eficaz y sostenible.

- Se recomienda a los empresarios del Centro Comercial El Paraíso que incorporen un análisis exhaustivo de sus costos financieros en su estrategia de fijación de precios. Es crucial que realicen un seguimiento constante de sus gastos financieros y los integren en el proceso de establecimiento de precios para garantizar que estos reflejen adecuadamente el costo real de operar su negocio. Implementar herramientas de control financiero y ajustar los precios en función de estos datos permitirá no solo mantener la rentabilidad, sino también optimizar la competitividad en el mercado. Además, se sugiere considerar la revisión periódica de los precios en respuesta a las variaciones en los gastos financieros para asegurar una estrategia de precios adaptativa y eficaz.

REFERENCIAS

- Angulo Garrido, B. S., & Quinto Quispe, L. Y. (2020). *Costos operativos y rentabilidad en la empresa kota laka S.R.L puno – periodo 2018*. Cusco - Peru: Universidad Andina del Cusco. Obtenido de https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3534/Bella_Lizbeth_Tesis_bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bastidas Orihuela, J. J., & Roman Aquice, L. Y. (2019). *El sistema de costeo ABC y su influencia en la determinacion de precios de productos para la toma de decisiones gerenciales en el sector manufactura de Lima, Perú*. Lima-Perú: Universidad de Ciencias Aplicadas. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626117/bastidas_oj.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castro Laje , G. (2024). *Los costos de producción y la estrategia de determinacion de precio de venta de la empresa industrial papelera Ecuatoriana SA (INPAECSA) de la ciudad de Babahoyo. [Tesis para optar el grado académico de licenciada en Contabilidad Y Auditoría]*. Universidad Técnica de Babahoyo. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/15932/PI-UTB-FAFI-ICA-000015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castro Nina, D. G., & Ccala Mina, J. (2019). *Análisis de la determinacion de precios en el servicio de transporte público urbano de la ciudad del cusco caso: RTU 11a, RTU 05, RTU 11b*. Cusco - Peru: Universidad Nacional de San Antonio Abad del cusco. Obtenido de https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/3743/253T20190083_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cevallos Suarez, D., & Rugel Zúñiga, W. (2022). *Costos por servicios y su incidencia en la determinacion de precios de la empresa de seguridad alerta red C.S.A.R. Cía. Ltda. [Tesis para optar el grado académico de licenciada en Contabilidad Y Auditoría]*. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5613/1/T-ULVR-4563.pdf>
- Chiliquinga, M., & Vallejos, H. (2017). *Costos modalidad órdenes de producción*. Ibarra - Ecuador: Universidad Técnica del Norte.
- Clavijo, C. (28 de Marzo de 2022). *HubSpot*. Obtenido de [/blog.hubspot.es: https://blog.hubspot.es/sales/que-es-fijacion-de-precios](https://blog.hubspot.es/sales/que-es-fijacion-de-precios)

- Coll Morales, F. (11 de 10 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/precios-de-transferencia.html>
- Coll Morales, F. (2021). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/valor-de-mercado.html>
- Cusilayme Barrantes, H. R. (2021). *Metodos de costo para fijacion de precios en las mypes textiles*. Juliaca- Perú: Universidad Peruana la Unión. Obtenido de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/4996/Roxana_Tesis_Licenciatura_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Diccionario del comercio internacional. (26 de 02 de 2020). *Global negotiator*. Obtenido de <https://www.globalnegotiator.com/comercio-internacional/diccionario/precios-de-transferencia/>
- Durán Acosta, M., & Zolano Sánchez, M. (2019). La importancia de la planeación de costo de producción y su efecto en la determinacion de precios de productos. Obtenido de <https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIASF/article/view/272/244>
- Enache, L., & Srivastava, A. (2018). Should Intangible Investments Be Reported Separately or Commingled with Operating Expenses? New Evidence. . *Management science*, 1-24. doi:<https://doi.org/10.1287/mnsc.2017.2769>
- Fierro, Á., & Fierro, F. (2015). *Contabilidad general. Con enfoque NIIF para las Pymes*. Bogotá-Colombia: Eco.Ediciones.
- García, A., & Paredes, L. (2014). *Estrategias financieras empresariales*. México: Grupo Editorial Patria.
- García, C. (2016). *La deducibilidad de gastos financieros en el impuesto de las sociedades*. Madrid-España: Marcial Pons.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodologia de la Investigacion 6TA Edicion*. Mexico: McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Lago, R. (2020). *Gastos financieros: qué son, cómo controlarlos y deducirlos*. Obtenido de <https://www.edenred.mx/blog/gastos-financieros-que-son-como-controlarlos-y-deducirlos>
- Lambretón, V., & Garza, G. (2016). *Costos para la toma de decisiones*. México: Pearson Educación.
- Lluncor Escorza, C. I. (2019). *Costo de produccion y fijacion de precios en el sector metalmechanica caso de estudio: Matysgsa E.I.R.L. Cajamarca 2019*. Cajamarca-

- Peru: Universidad privada Antonio Guillermo Urrelo. Obtenido de <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/1126/INFORME%20FINAL%20CRISTINA%20ISABEL%20LLUNCOR%20ESCORZA.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- López, F. (2016). *Costos ABC Y presupuestos*. Bogotá-Colombia: EcoEdiciones.
- Melgar Zambrano, S. (2019). *Costos por orden de servicios de lavado y la determinacion de precios “Estación de servicios Adelita” provincia de Santa Elena, año 2017. [Tesis para optar el grado académico de licenciada en Contabilidad Y Auditoría]*. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4766/1/UPSE-TCA-2019-0042.pdf>
- Morales Risco, Y. P., & Rodriguez Vera, A. Y. (2022). *Los costos de producción y la determinacion del precio en la empresa maderera “Asesores y servicios Placencia EIRL”– Chimbote, 2022*. Chimbote- Peru: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/108482/Morales_RY_P-Rodriguez_VAY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Morán, G. (2016). *El precio de la transición*. España: Ediciones Akal.
- Muñoz Pozo, V. (2019). *Costos de servicios y determinacion del precio de venta en Lubriventas Cristhy, Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2017. [Tesis para optar el grado académico de licenciada en Contabilidad y Auditoría]*. La Libertad-Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4718/1/UPSE-TCA-2019-0022.pdf>
- MytripleA. (2018). *Mytriplea.com*. Obtenido de <https://www.mytriplea.com/diccionario-financiero/valor-actual/>
- Pérez Carballo, J. (2013). *Control de la Gestión empresarial*. Madrid-España: Esic-Editorial.
- Polo Vergara, L. E. (25 de 07 de 2018). *Estrategia Aduanera*. Obtenido de <https://www.estrategiaaduanera.mx/precios-de-transferencia-que-son-y-para-que-sirven/>
- Ptok, A., Jindal, R., & Reinartz, W. (2018). Selling, general, and administrative expense (SGA)-based metrics in marketing: conceptual and measurement challenges. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 987-1011. doi:<https://doi.org/10.1007/s11747-018-0589-2>
- Rivadeneira Unda, M. (2014). *La elaboración de presupuestos en empresas manufactureras*. Seneca: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.

- Sevilla Arias, A. (2020). *Gastos financieros*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gastos-financieros.html>
- Sevilla Arias, A. (2021). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/precio.html>
- Soto Salazar, M. L., & Tebes Gomez, J. G. (2023). *Implementación de Costeo ABC al Servicio de “Transformación de Semillas a Granos Andinos” y su Impacto en la determinacion de precios de la empresa Ashsac en el año 2022*. Lima- Peru: Universidad de Ciencias aplicadas. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/670666/Soto_SM.pdf?sequence=15&isAllowed=y
- Valor-ganad. (2019). *valor-ganado.com*. Obtenido de <http://www.valor-ganado.com/p/costo-actual.html>
- Zanon, A. R. (2017). Influência da política de dividendos no valor de mercado das empresas brasileiras. *Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade*, 326-339.
- Zavalaga Zarate, C. A. (2022). *Determinación de Costos Operativos y la Determinacion de Precio de Venta en empresas distribuidores de combustible caso “Grifo Rojas Álvarez Justina” de la provincia de Tahuamanu Madre de Dios Periodo – 2020*. Cusco - Peru: Universidad Andina del Cusco. Obtenido de https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/5896/Carlos_Tesis_bachiller_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Metodología
¿Cuál es la relación entre los gastos operativos y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023?	Determinar la relación entre los gastos operativos y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.	Existe relación significativa entre los gastos operativos y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.	Variable 01 Gastos operativos	1. Enfoque Cuantitativo 2. Tipo de estudio Aplicado
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Dimensiones	3. Nivel
¿Cuál es la relación entre los gastos administrativos y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023?	Determinar la relación entre los gastos administrativos y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.	Existe relación significativa entre los gastos administrativos y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.	Gastos administrativos Gastos de ventas Gastos financieros	Descriptivo Correlacional 4. Diseño de estudio No experimental Corte: transversal
¿Cuál es la relación entre los gastos de venta y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023?	Determinar la relación entre los gastos de venta y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.	Existe relación significativa entre los gastos de venta y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.	Variable 02 Determinación de precio	5. Población - Muestra Centro Comercial el Paraíso 5. Población - Muestra 59 empresarios
¿Cuál es la relación entre los gastos financieros y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023?	Determinar la relación entre los gastos financieros y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.	Existe relación significativa entre los gastos financieros y el proceso de determinación de precios de los empresarios del Centro Comercial el Paraíso del distrito de Santiago - Cusco, 2023.	Dimensiones Costo actual/ valor Valor de mercado Precio	6. Técnica Encuesta 7. Instrumento Cuestionario 8. Análisis de datos SPSS V25

Nota: Elaboración propia

ANEXO 02: MATRIZ OPERACIONAL

Variable 01 - Gastos operativos		Dimensiones	Indicadores
Definición conceptual	Definición operacional		
Lambretón y Garza (2016) afirman que los gastos operativos se ejecutan con el propósito de generar ingresos y facilitar el ciclo comercial de cada entidad, el cual consiste en adquirir o producir bienes y servicios para posteriormente comercializarlos y obtener beneficios.	Rivadeneyra (2014) afirma que los gastos operativos hacen referencia a los costos en lo que un ente incurre como parte de sus movimientos habituales del giro de sus actividades, sin incluir los costos de bienes vendidos; estos gastos de operación comprenden los gastos administrativos, gastos de venta y gastos financieros.	Gastos administrativos: Chiliquinga y Vallejos (2017) lo define como los gastos que no se encuentran relacionados de manera directa con la fabricación ni las ventas, en otras palabras, son aquellos gastos que siempre estarán incurridos a pesar que la empresa no genera operatividad. Gastos de venta: Fierro y Fierro (2015) son gastos vinculados con el movimiento o situación financiera de la empresa, entre los más conocidos están los salarios del personal, publicidad, mantenimiento, soporte y valor agregado. Gastos financieros: Lago (2020) Los gastos financieros son costos a los que una empresa incurre al obtener financiamiento externo, ya sea a través de préstamos bancarios, emisión de bonos u otra forma de endeudamiento.	Remuneraciones Alquiler de oficinas Mantenimiento de oficinas Servicios básicos Publicidad Suministros Transporte Prestamos Intereses
Variable 02 – Determinación de precio		Dimensiones	Indicadores
Definición conceptual	Definición operacional		
Coll (2020) La determinación de precios son precios pactados entre dos compañías que están asociadas, siendo el objetivo de dicho precio transferir, entre ambas, bienes, derechos o cualquier otro activo.	Coll (2020) Entonces la determinación de precio, es el precio establecido para la transferencia de bienes, derechos, así como otra serie de activos, entre empresas que son asociadas, la determinación de precios se verá mediante el costo actual/valor, el valor de mercado y el precio.	Costo actual/ valor: De acuerdo a la página web Valor-ganado (2019) El Costo Actual (AC) es una función del tiempo y una medida de cuánto dinero ha sido gastado en un proyecto. Valor de mercado: Coll (2021) El valor de mercado es un concepto muy relacionado con los mercados financieros. Precio: Sevilla (2021) El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria.	Costo de adquisición Variación de existencias Costos vinculados con las compras Valor de mercado Costo de oportunidad Condiciones del entorno Competencia Promociones Descuentos

Nota: Elaboración propia

ANEXO 03: MATRIZ INSTRUMENTAL

Variable 01	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Gastos operativos	Gastos administrativos	Remuneraciones	¿Destinas un porcentaje fijo de tus ingresos para cubrir los salarios de tus empleados?
		Alquiler de oficinas	¿El alquiler de su oficina está alineado con el presupuesto de gastos administrativos de su empresa?
		Mantenimiento de oficinas	¿Supervisa constantemente las condiciones de los equipos y mobiliario de su oficina?
		Servicios básicos	¿Los costos de los servicios básicos afectan de manera significativa sus gastos administrativos?
	Gastos de venta	Publicidad	¿Colabora con el centro comercial para que incluyan su tienda en las campañas de marketing del centro?
		Suministros	¿Qué tan frecuentemente revisa los contratos con proveedores de suministros para asegurar las mejores condiciones?
		Transporte	¿Con qué regularidad se producen imprevistos que aumentan los gastos de transporte en su empresa?
	Gastos financieros	Prestamos	¿Con qué frecuencia busca oportunidades para refinanciar los préstamos para reducir gastos?
		Intereses	¿Con que regularidad revisa los intereses producidos por sus préstamos con terceros?

Nota: Elaboración propia

ANEXO 04: MATRIZ INSTRUMENTAL

Variable 02	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Determinación de precio	Costo actual/valor	Costo de adquisición	¿Siempre compara el costo actual de un producto con su valor de mercado al establecer el precio?
		Variación de existencias	¿Considero la variación de existencias al ajustar los precios de mis productos?
		Costos vinculados con las compras	¿Revisas las facturas de compra para asegurarte de que los costos están correctamente reflejados en el precio?
		Valor de mercado	¿Realizo estudios de mercado para ajustar los precios de acuerdo con la demanda?
	Valor de mercado	Costo de oportunidad	¿Toma en cuenta el costo de oportunidad al decidir sobre descuentos o promociones?
		Condiciones del entorno	¿Toma en cuenta las condiciones económicas locales al fijar los precios de sus productos?
		Competencia	¿Con qué frecuencia analizan los precios de los competidores para determinar el valor de mercado de sus productos?
	Precio	Promociones	¿Analiza el impacto de las promociones en las ventas antes de decidir una estrategia de precios?
		Descuentos	¿Realiza un análisis de la competencia antes de ofrecer descuentos?

Nota: Elaboración propia