UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TESIS

GASTOS OPERATIVOS Y FIJACIÓN DE PRECIOS DE LOS EMPRESARIOS DEL CENTRO COMERCIAL VIRGEN DEL CARMEN DISTRITO DEL CUSCO, 2023

PRESENTADO POR:

Br. DANNY DANIEL AIMITUMA CONDORI

Br. YAMERSON ARREDONDO QUISPE

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

ASESOR:

Dr. OMAR GERMAIN ACHAHUANCO CACERES

CUSCO - PERÚ

2025

Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el **Asesor** OMAR GERMAIN ACHAHUANCO CACERES quien aplica el software de detección de similitud al trabajo de investigación/tesis titulada: GASTOS OPERATIVOS Y FIJACIÓN DE PRECIOS DE LOS EMPRESARIOS DEL CENTRO COMERCIAL VIRGEN DEL CARMEN DISTRITO DEL CUSCO, 2023

Presentado por: DANNY DANIEL AIMITUMA CONDORI DNI N° 76565086;
presentado por: YAMERSON ARREDONDO QUISPE DNI N°: 74622192
Para optar el título Profesional/Grado Académico de CONTADOR PÚBLICO

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 3 veces, mediante el Software de Similitud, conforme al Art. 6° del ***Reglamento para Uso del Sistema Detección de Similitud en la UNSAAC*** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 2 **%.**

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 sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación 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 de Detección de Similitud.

Cusco, 04 de SETIEMBRE de 2026

Firma
Post firma OMAR GERMAIN ACHAHUANCO CACERES
Nro. de DNI 10013435
ORCID del Asesor 0000-0003-1217-3833

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: **oid:** 27259:620376067

DANNY DANIEL AIMITUMA CONDORI - YAMERSON...

GASTOS OPERATIVOS Y FIJACIÓN DE PRECIOS DE LOS EMPRESARIOS DEL CENTRO COMERCIAL VIRGEN DEL CARM...

Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::27259:620376067

Fecha de entrega
4 sep 2026, 8:52 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
4 sep 2026, 9:13 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
GASTOS OPERATIVOS Y FIJACIÓN DE PRECIOS DE LOS EMPRESARIOS DEL CENTRO COMERCIAL VIR....pdf

Tamaño del archivo
1.4 MB

96 páginas

20.544 palabras

120.846 caracteres

2% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 26 palabras)

Exclusiones

- N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

2% Fuentes de Internet

0% Publicaciones

0% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

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

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

DEDICATORIA

Con todo mi amor y gratitud, dedico este logro a mis padres, quienes son mi mayor fuente de motivación. Gracias por creer en mí incluso en los momentos en los que dudé de mí misma, por su amor incondicional y por brindarme todo lo necesario para alcanzar mis metas.

A mis hermanos, por su compañía, su alegría contagiosa y sus palabras de aliento que siempre lograron darme fuerzas para continuar.

Y a mi familia, por motivarme constantemente a estudiar y recordarme la importancia de ser un profesional en la vida. Gracias por inculcarme valores que han sido la base de mi crecimiento personal y académico. Todo lo que he logrado es, sin duda, gracias a ustedes.

Danny Daniel Aimituma Condori

A Dios, quien me ha dado la fortaleza y valor para seguir adelante y culminar esta etapa de mi vida.

A mis padres, quienes me inculcaron siempre buenos valores y principios y con su apoyo incondicional me han ayudado a afrontar los retos que se me han presentado a lo largo de la vida.

A mis hermanos, quienes confiaron en mí y me motivaron día a día para cumplir esta anhelada meta. A mi abuela por su aliento y motivación a seguir adelante.

Yamerson Arredondo Quispe

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios, por darme vida, salud y la fuerza necesaria para superar cada obstáculo.

A mis padres, quienes siempre estuvieron motivándome a estudiar y brindándome un apoyo invaluable, no solo emocional, sino también económico. Gracias a ellos, logré alcanzar mis metas.

A mi asesor, mi más sincero agradecimiento por compartir su conocimiento, por su paciencia y por inspirarme a dar siempre lo mejor de mí.

Danny Daniel Aimituma Condori

Principalmente a Dios por hacer posible concluir el presente trabajo de investigación.

A mis padres, que en el transcurso del tiempo y en el devenir de la vida me apoyaron para cumplir con mis objetivos.

A mi asesor, por el tiempo, dedicación y paciencia en el transcurso de la elaboración del presente trabajo de investigación.

Yamerson Arredondo Quispe

ÍNDICE

DEDICATORIA II
AGRADECIMIENTO III
ÍNDICE IV
ÍNDICE DE CUADROS VI
ÍNDICE 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 22
IV. METODOLOGÍA 23
4.1. Ámbito temporal y espacial 23
4.2. Tipo y nivel de investigación 24
4.3. Unidad de análisis 25
4.4. Población de estudio 25
4.5. Tamaño de muestra 26

4.6. Técnicas de selección de muestra 27
4.7. Técnicas de recolección de información 27
4.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información 28
4.9. Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas 29
V. RESULADOS Y DISCUSIÓN 30
5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados. 30
5.2. Pruebas de hipótesis 58
5.3. Discusión de resultados 64
CONCLUSIONES 70
RECOMENDACIONES 72
BIBLIOGRAFÍA 75
ANEXOS 80
Anexo 01: Matriz de consistencia 81
Anexo 02: Matriz operacional 82
Anexo 03: Matriz de instrumentos de la variable 01 83
Anexo 04: Matriz de instrumentos de la variable 02 84

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Operacionalización de variables 22
Cuadro 2 Tipos de empresas en el centro comercial Virgen del Carmen 26
Cuadro 3 Ficha técnica 28
Cuadro 4 Procedimientos de los datos 29
Cuadro 5 Gastos operativos 32
Cuadro 6 Gastos administrativos 33
Cuadro 7 Gastos de venta 34
Cuadro 8 Gastos financieros 35
Cuadro 9 Fijación de precio 36
Cuadro 10 Costo actual/ valor 37
Cuadro 11 Valor de mercado 38
Cuadro 12 Precio 39
Cuadro 13 Remuneraciones 40
Cuadro 14 Alquiler de oficinas 41
Cuadro 15 Mantenimiento de oficinas 42
Cuadro 16 Servicios básicos 43
Cuadro 17 Publicidad 44
Cuadro 18 Suministros 45
Cuadro 19 Transporte 46
Cuadro 20 Prestamos 47
Cuadro 21 Impuestos y contribuciones 48
Cuadro 22 Costo de adquisición 49
Cuadro 23 Variación de existencias 50
Cuadro 24 Costos vinculados con las compras 51
Cuadro 25 Valor de mercado 52
Cuadro 26 Costo de oportunidad 53
Cuadro 27 Condiciones del entorno 54
Cuadro 28 Competencia 55
Cuadro 29 Promociones 56
Cuadro 30 Descuentos 57
Cuadro 31 Prueba de normalidad 58
Cuadro 32 Prueba de hipótesis general 59

Cuadro 33 Prueba de hipótesis especifica 1 60
Cuadro 34 Prueba de hipótesis especifica 2 61
Cuadro 35 Prueba de hipótesis especifica 3 63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación geográfica del Centro Comercial Virgen del Carmen 23
Figura 2 Nivel descriptivo correlacional 24
Figura 3 Estadística de fiabilidad de las variables 30
Figura 4 Gastos operativos 32
Figura 5 Gastos administrativos 33
Figura 6 Gastos de venta 34
Figura 7 Gastos financieros 35
Figura 8 Fijación de precio 36
Figura 9 Costo actual/ valor 37
Figura 10 Valor de mercado 38
Figura 11 Precio 39
Figura 12 Remuneraciones 40
Figura 13 Alquiler de oficinas 41
Figura 14 Mantenimiento de oficinas 42
Figura 15 Servicios básicos 43
Figura 16 Publicidad 44
Figura 17 Suministros 45
Figura 18 Transporte 46
Figura 19 Prestamos 47
Figura 20 Impuestos y contribuciones 48
Figura 21 Costo de adquisición 49
Figura 22 Variación de existencias 50
Figura 23 Costos vinculados con las compras 51
Figura 24 Valor de mercado 52
Figura 25 Costo de oportunidad 53
Figura 26 Condiciones del entorno 54
Figura 27 Competencia 55
Figura 28 Promociones 56
Figura 29 Descuentos 57

RESUMEN

La investigación titulada " Gastos operativos y fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen distrito del Cusco, 2023 “tuvo como objetivo “Describir la relación entre los gastos operativos y el proceso de fijación de precios del Centro Comercial Virgen del Carmen distrito del Cusco, 2023". Para lograr esto, se empleó un marco metodológico con un tipo básico aplicado, el diseño fue no experimental transversal, de enfoque cuantitativo, la población estuvo conformado por 61 empresarios que se dedican a la comercialización de productos tecnológicos en el entorno del Centro Comercial Virgen del Carmen, la técnica e instrumento utilizados fueron la encuesta y el cuestionario, y los datos recopilados fueron procesados mediante el software estadístico SPSS.

En conclusión, los resultados obtenidos permiten afirmar que existe una relación significativa entre los gastos operativos y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, durante el año 2023. Esta relación evidencia que los costos asociados a las operaciones diarias del negocio influyen directamente en la manera en que los emprendedores determinan los precios de sus productos o servicios. Por tanto, una gestión eficiente y consciente de los gastos operativos no solo contribuye a mantener la sostenibilidad del negocio, sino que también permite establecer precios más competitivos y acordes al mercado, lo que puede impactar positivamente en la rentabilidad y en la toma de decisiones estratégicas dentro del entorno comercial analizado.

Palabras clave

Gastos operativos, Fijación de precios, Empresarios, Rentabilidad.

ABSTRACT

The research titled "Operating Expenses and Pricing Strategies of Entrepreneurs at the Virgen del Carmen Shopping Center, Cusco District, 2023" aimed to "Describe the relationship between operating expenses and the pricing process at the Virgen del Carmen Shopping Center, Cusco District, 2023." To achieve this objective, a methodological framework was applied, consisting of a basic applied type of study with a non-experimental, cross-sectional design and a quantitative approach. The population consisted of 61 entrepreneurs dedicated to the commercialization of technological products within the Virgen del Carmen Shopping Center. The technique and instrument used were the survey and a structured questionnaire, and the data collected were processed using SPSS statistical software.

In conclusion, the results obtained confirm that there is a significant relationship between operating expenses and the pricing process of entrepreneurs at the Virgen del Carmen Shopping Center in the Cusco district during the year 2023. This relationship demonstrates that the costs associated with the daily operations of the business directly influence how entrepreneurs set the prices of their products or services. Therefore, efficient and mindful management of operating expenses not only supports the sustainability of the business but also enables the establishment of more competitive and market-aligned prices, which can positively impact profitability and strategic decision-making within the analyzed commercial environment.

Keywords

Operating expenses, Price setting, Entrepreneurs, Profitability.

INTRODUCCIÓN

El propósito principal de este estudio es Describir la relación entre los gastos operativos y el proceso de fijación de precios del Centro Comercial Virgen del Carmen distrito del Cusco, 2023. Para respaldar este análisis, se han utilizado diversas fuentes de información que son fundamentales para su desarrollo:

I. Planteamiento del problema: Esta sección presenta la situación problemática que da origen al estudio, detallando tanto el problema central como sus componentes específicos. Asimismo, se establecen el objetivo general y los objetivos específicos que guían el desarrollo de la investigación. Además, se incluye una justificación que respalda la pertinencia del estudio, resaltando la importancia de examinar los aspectos identificados y la necesidad de proponer soluciones que contribuyan a su comprensión y eventual mejora.

II. Marco teórico y conceptual: Se reúne información pertinente proveniente de diversas fuentes, lo que permite construir una visión amplia y detallada del tema abordado en los contextos internacional, nacional y local. Del mismo modo, se desarrolla un marco conceptual que proporciona el respaldo teórico necesario para la investigación, y se formulan tanto la hipótesis general como las específicas, en función de las variables analizadas.

III. Hipótesis y variables: A continuación, se exponen las hipótesis planteadas para la investigación, las cuales comprenden tanto el enfoque general como los aspectos específicos del estudio. Estas hipótesis se fundamentan en una definición clara y bien estructurada de las variables que serán objeto de análisis, lo que permite establecer una base coherente para la evaluación y contraste de los resultados.

IV. Metodología: Esta sección expone el enfoque, tipo, nivel, método y diseño de la investigación, además de delimitar la población de estudio y definir el tamaño de la muestra. Asimismo, se identifica la unidad de análisis y se describen con precisión las técnicas e

instrumentos utilizados para la recolección de datos, con el fin de asegurar la fiabilidad y consistencia de los resultados alcanzados.

V. Resultados y discusión: En esta sección se presentan los resultados derivados del análisis de los datos mediante herramientas estadísticas. Se expone la confiabilidad de los datos recopilados, las pruebas de hipótesis aplicadas y las distribuciones de frecuencia observadas. Posteriormente, se lleva a cabo un examen detallado de los hallazgos, los cuales se contrastan con referentes teóricos pertinentes, con el objetivo de ofrecer una interpretación más profunda y contextualizada de la información obtenida.

Finalmente, el estudio culmina con la exposición de las conclusiones y recomendaciones derivadas del análisis de los resultados obtenidos. Asimismo, se incorpora un listado de las fuentes bibliográficas utilizadas a lo largo de la investigación, junto con anexos que enriquecen y respaldan los hallazgos presentados, aportando mayor claridad y soporte al contenido desarrollado.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación problemática

A nivel internacional, las empresas se enfrentan a un desafío significativo al intentar optimizar sus gastos operativos para mejorar los procesos de fijación de precios. Esta tarea se ve dificultada por una compleja interacción de factores económicos, comerciales y regulatorios que influyen en el entorno empresarial. La volatilidad en los costos de materias primas y suministros, las fluctuaciones en los tipos de cambio de divisas, las regulaciones comerciales y arancelarias, los costos laborales variables y la intensa competencia global son solo algunos de los elementos que complican la gestión eficiente de los gastos operativos. En este escenario, las empresas se ven constantemente presionadas para reducir costos sin sacrificar la calidad y la competitividad de sus productos y servicios en un mercado globalizado y altamente competitivo. Además, la necesidad de adaptarse a las cambiantes condiciones del mercado y mantenerse a la vanguardia de la innovación agrega otro nivel de complejidad a esta tarea empresarial. En este contexto, la gestión de los gastos operativos y la fijación de precios se convierten en un delicado equilibrio entre la eficiencia operativa y la satisfacción de las demandas del mercado global.

En el contexto peruano, el desafío de gestionar los gastos operativos para mejorar los procesos de fijación de precios se hace evidente en un entorno económico caracterizado por la constante fluctuación de los costos de producción y distribución. Aspectos como la variabilidad en los precios de materias primas, los costos asociados con la energía y el transporte, así como la inestabilidad en los tipos de cambio, ejercen una fuerte presión sobre los márgenes de beneficio de las empresas locales. Además, la complejidad de las regulaciones fiscales y laborales, sumada a la intensa competencia tanto a nivel local como internacional, añade una capa adicional de desafíos para mantener una estructura de costos eficiente y precios competitivos. En este panorama, las empresas peruanas se enfrentan al

desafío de optimizar sus gastos operativos sin sacrificar la calidad de sus productos y servicios, al mismo tiempo que buscan mantener su rentabilidad y competitividad en un mercado que es dinámico y altamente desafiante. Para ello, se requiere una gestión hábil y estratégica que permita adaptarse a las cambiantes condiciones del entorno empresarial y aprovechar las oportunidades que surjan en este panorama en constante evolución.

En el distrito del Cusco, el "Centro Comercial Virgen del Carmen" alberga a una variedad de micro y pequeñas empresas que ofrecen una amplia gama de bienes y servicios, atrayendo a cientos de personas que acuden en busca de 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 resultó en un incremento de su productividad y competitividad. Sin embargo, a pesar de estos logros, muchas de estas empresas se encuentran enfrentando desafíos significativos en relación con sus gastos operativos y la fijación de precios.

La gestión de costos en un entorno minorista altamente competitivo y en constante cambio implica lidiar con factores como el alquiler de locales, los costos de personal, los servicios públicos y otros gastos operativos específicos del sector comercial. Además, la intensa competencia entre los comerciantes del centro comercial, sumada a las cambiantes expectativas de los consumidores locales y turistas, complica aún más la tarea de establecer precios competitivos que generen márgenes de beneficio adecuados. En este contexto desafiante, los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen se ven obligados a buscar estrategias efectivas para gestionar de manera eficiente sus gastos operativos y mejorar sus procesos de fijación de precios con el fin de 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 fijación de precios del Centro Comercial Virgen del Carmen distrito del Cusco, 2023?

b. Problemas específicos

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

1.3. Justificación de la investigación

a. Justificación teórica

La finalidad de la investigación se enfocó en proporcionar una justificación teórica sólida, con especial énfasis en mejorar la comprensión de los gastos operativos, para lograr este propósito, se exploraron en detalle los diversos tipos de gastos a los que se enfrentan los empresarios, incluyendo los gastos administrativos, de venta y operativos, además, se analizará en profundidad el proceso de fijación de precios, considerando aspectos clave como la oferta y la demanda del mercado, así como el costo de oportunidad asociado, para llevar a cabo este análisis, fue esencial recopilar y evaluar información de diversas fuentes, incluyendo libros especializados, artículos científicos y datos históricos relevantes tanto a nivel nacional como internacional, este enfoque integral permitió una comprensión más

completa y rigurosa de los factores que influyen en los gastos operativos y en la fijación de precios en el contexto empresarial.

b. Justificación práctica

El trabajo de investigación se enfocó en la justificación práctica, ya que se pretendió convertirlo en una herramienta valiosa para los empresarios que se dedican a la comercialización de productos tecnológicos en el Centro Comercial Virgen del Carmen, este estudio proporciono una comprensión más profunda acerca de los gastos operativos y la fijación de precios, además, esta herramienta no solo fue beneficiosa para los empresarios, sino que también contribuyo al rendimiento académico de los estudiantes de la escuela profesional de Contabilidad, les proporciono recursos detallados y actualizados sobre el tema, lo que mejoro significativamente su desempeño académico.

c. Justificación metodológica

Este estudio de investigación se basó en una fundamentación metodológica bien definida, la cual implico la exploración de varias opciones de recolección de datos con el propósito de analizar y sugerir mejoras de manera exhaustiva. La selección de una metodología apropiada es esencial para asegurar la calidad y credibilidad de los resultados obtenidos. En este contexto, se evaluaron distintos enfoques, tales como encuestas y revisión de la literatura especializada, con el fin de obtener una comprensión completa del tema bajo investigación.

d. Justificación social

Este estudio de investigación se respaldó en una sólida justificación basada en la interacción social al utilizar datos proporcionados por los empresarios involucrados en la venta de productos tecnológicos en el Centro Comercial Virgen del Carmen. La recolección directa de datos posibilito adquirir un entendimiento minucioso de la importancia de

gestionar adecuadamente los gastos operativos para optimizar los procesos de fijación de precios.

1.4. Objetivos de la investigación

a. Objetivo general

Describir la relación entre los gastos operativos y el proceso de fijación de precios del Centro Comercial Virgen del Carmen distrito del Cusco, 2023.

b. Objetivos específicos

- Describir la relación entre los gastos administrativos y el proceso de fijación de precios del Centro Comercial Virgen del Carmen distrito del Cusco, 2023.
- Describir la relación entre los gastos de venta y el proceso de fijación de precios del Centro Comercial Virgen del Carmen distrito del Cusco, 2023.
- Describir la relación entre los gastos financieros y el proceso de fijación de precios del Centro Comercial Virgen del Carmen distrito del 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.

Rivadeneyra (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. Fijación de precios

Clavijo (2022) La fijación 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 fijación 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 fijación 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 fijación de precio, es el precio establecido para la transferencia de bienes, derechos, así como otra serie de activos, entre empresas que son asociadas, la fijación 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 fijación 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 fijación 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 fijación 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 «Fijación 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 fijación 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 fijación 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 fijación 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 fijación 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 fijación 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 fijación 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 fijación 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 fijación 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 fijación 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 fijación 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 fijación 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 fijación 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 uno de los componentes del costo por orden de servicio, mediante el comparativo del proceso contable anterior y actual, con el fin de lograr la fijación de precios adecuado. La metodología se basó en un tipo de investigación descriptiva-experimental método inductivo-deductiva y de campo. Donde se concluye: la competencia en el sector peninsular tiene un impacto significativo en los precios de un servicio. Sin embargo, se enfrenta desafíos en la distribución adecuada de los costos asociados con cada orden de lavado, lo que afecta a la capacidad para fijar precios competitivos y rentables. La falta de un método sistemático para establecer los precios de venta también compromete la capacidad de una empresa para alcanzar niveles óptimos de rentabilidad.

Muñoz (2019) En su investigación titulada: “Costos de servicios y fijación del precio de venta en Lubriventas 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 fijación del precio de venta. La metodología se basó en un tipo descriptivo, de campo, documental-bibliográfico. Donde se concluye: La gestión efectiva de costos operativos y fijación de precios es esencial para la salud financiera y la competitividad de las empresas. La falta de profesionales capacitados en contabilidad de costos puede generar desafíos significativos en la asignación y distribución adecuada de los costos, lo que afecta la rentabilidad y la capacidad de fijar precios competitivos. Es fundamental que las empresas reconozcan la importancia de contar con personal especializado en este aspecto y desarrollen estrategias efectivas para la gestión de costos y la fijación 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 fijación 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 fijación de precios basados en datos concretos y no solamente en la competencia. Este análisis cobra especial importancia en un contexto donde la competitividad y la optimización de los procesos son determinantes para la sostenibilidad del negocio., usando como metodología descriptivo- correlacional y concluye en la implementación del costeo se destaca como la solución más eficaz para abordar los desafíos relacionados con el costeo y

la fijación de precios que enfrenta la empresa. Este enfoque ofrece una base sólida para asignar con precisión los costos a las actividades específicas involucradas en el proceso de transformación de semillas a granos andinos, lo que facilita la toma de decisiones fundamentadas y contribuye a mejorar la rentabilidad.

Morales y Rodríguez(2022) en su trabajo de investigación denominado Los costos de producción y la fijación 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 objetivo determinar la relación entre los costos de producción y la fijación del precio de los artículos de la empresa maderera asesores y servicios Placencia E.I.R.L., usando la metodología tipo de investigación es descriptivo correlacional, con diseño no experimental y concluye que La relación entre los costos indirectos y la fijación de precios es evidente, ya que una identificación adecuada de estos costos permite determinar cómo asignarlos y aplicarlos en el proceso de fijación de precios. Es crucial para la empresa tener esto en consideración, ya que, sin una distribución correcta de los costos indirectos, el precio resultante no estaría establecido de manera segura y confiable, e incluso podría generar pérdidas para la empresa.

Cusilayme (2021) en su trabajo de investigación denominado Métodos de costo para fijación 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 fijación 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, limitándose a contemplar únicamente 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 fijación de precios se basa en la experiencia adquirida en capacitaciones y trabajos anteriores. Este enfoque se identifica en la investigación como "costo más un margen de utilidad". Es importante destacar que no hay un método de fijación de precios superior a los demás; sin embargo, la aplicación adecuada del método correcto puede conducir 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 fijación 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 influye positivamente en la fijación de precios de productos para la toma de decisiones gerenciales en el sector manufactura de Lima, Perú. , usando como método de investigación basado de enfoque mixto, basado en la recolección y análisis de los datos cuantitativos y cualitativos y concluye en Basándonos en el caso analizado, se llega a la conclusión de que el uso del sistema de costeo ABC para determinar los costos de los productos ayuda a minimizar las distorsiones en la fijación de precios, evitando así el subsidio cruzado entre los productos.

Lluncor (2019) en su trabajo de investigación denominado Costo de producción y fijación 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 fijación de precios en MATYSGSA E.I.R.L., Cajamarca, 2019. Se realizó un

análisis en los costos de producción, usando como metodología la presente investigación tiene un alcance descriptivo no experimental con corte transversal y concluye en Para calcular el costo de producción de la escalera, estructura de techo y carreta, la empresa se enfoca principalmente en los costos variables directos. Por lo tanto, utiliza un método de costeo parcial variable, ya que estos costos variables son los más influyentes en el costo final del producto. Debido a esta predominancia de los costos variables directos, las variaciones en otros costos incurridos no tienen un impacto tan significativo en el costo del producto.

2.3.3. Antecedentes locales

Zavalaga (2022) En su estudio titulado "Determinación de costos operativos y la fijación 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 fijación de precios de venta en empresas distribuidoras de combustible, donde se utilizó la siguiente metodología enfoque cuantitativo, con un alcance correlacional y un diseño no experimental. Donde se concluye que Se ha reconocido que hay una relación sustancial y positiva entre la determinación de los costos operativos y la fijación de los precios de venta. Esta conexión es esencial, ya que la eficacia en calcular los costos influye directamente en la capacidad de establecer precios competitivos y rentables. En otras palabras, una sólida comprensión de los costos operativos facilita la fijación de precios adecuados, lo que a su vez contribuye al éxito y la viabilidad financiera de un negocio.

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, donde se concluye que la relación entre

la inversión en activos empresariales, los costos operativos y la fijación de precios es esencial para comprender cómo estas variables impactan en la rentabilidad y la salud financiera de una empresa. Cuando una empresa realiza inversiones inteligentes en sus activos, como maquinaria, tecnología o infraestructura, mejora su eficiencia operativa y reduce sus costos a largo plazo. Las inversiones inteligentes mejoran la calidad de sus productos a través de la reducción de los costos operativos y de esta manera mejora la calidad de los productos o servicios, lo que a su vez permite a la empresa establecer precios competitivos y rentables, fortaleciendo su posición financiera y su capacidad para generar ganancias a largo plazo.

Castro y Ccala (2019) En su estudio titulado" Análisis de la fijación de precios en el servicio de transporte público", presentado para obtener el título profesional de economista, donde se tiene como objetivo analizar la fijación de precios en el servicio de transporte público urbano de la ciudad del Cusco, donde se utilizó la siguiente metodología estudio descriptivo, de campo cualitativo, no experimental y observación. Donde se concluye que cuanto más profundo y complejo sea el proceso de determinación de los costos operativos en la cadena de suministro, más influyen estos en la estrategia de fijación de precios de venta. Cuando se realiza un análisis exhaustivo de todos los aspectos operativos, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto final al cliente, se obtiene una visión más clara de los verdaderos costos involucrados. Esta comprensión profunda permite una fijación de precios más precisa y estratégica, lo que puede conducir a márgenes de beneficio más saludables.

III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

a Hipótesis general

Existe relación significativa entre los gastos operativos y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023.

b. Hipótesis específicas

a. Existe relación significativa entre los gastos administrativos y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023.

b. Existe relación significativa entre los gastos de venta y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023.

c. Existe relación significativa entre los gastos financieros y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023.

3.2. Identificación de variables

Variable 1

Gastos operativos

Variable 2

Fijación de precios

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.	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.	Remuneraciones Alquiler de oficinas Mantenimiento de oficinas Servicios básicos
		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.	Publicidad Suministros Transporte
		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.	Prestamos Impuestos y contribuciones
Variable 02 - Fijación de precio		**Dimensiones**	**Indicadores**
Definición conceptual	**Definición operacional**		
Coll (2020) La fijación 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 fijación de precio, es el precio establecido para la transferencia de bienes, derechos, así como otra serie de activos, entre empresas que son asociadas, la fijación 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.	Costo de adquisición Variación de existencias Costos vinculados con las compras Valor de mercado
		Valor de mercado: Coll (2021) El valor de mercado es un concepto muy relacionado con los mercados financieros.	Costo de oportunidad Condiciones del entorno Competencia
		Precio: Sevilla (2021) El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria.	Promociones Descuentos

Nota Cuadro representa las variables de estudio, dimensiones e indicadores.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Ámbito temporal y espacial

a. Localización política

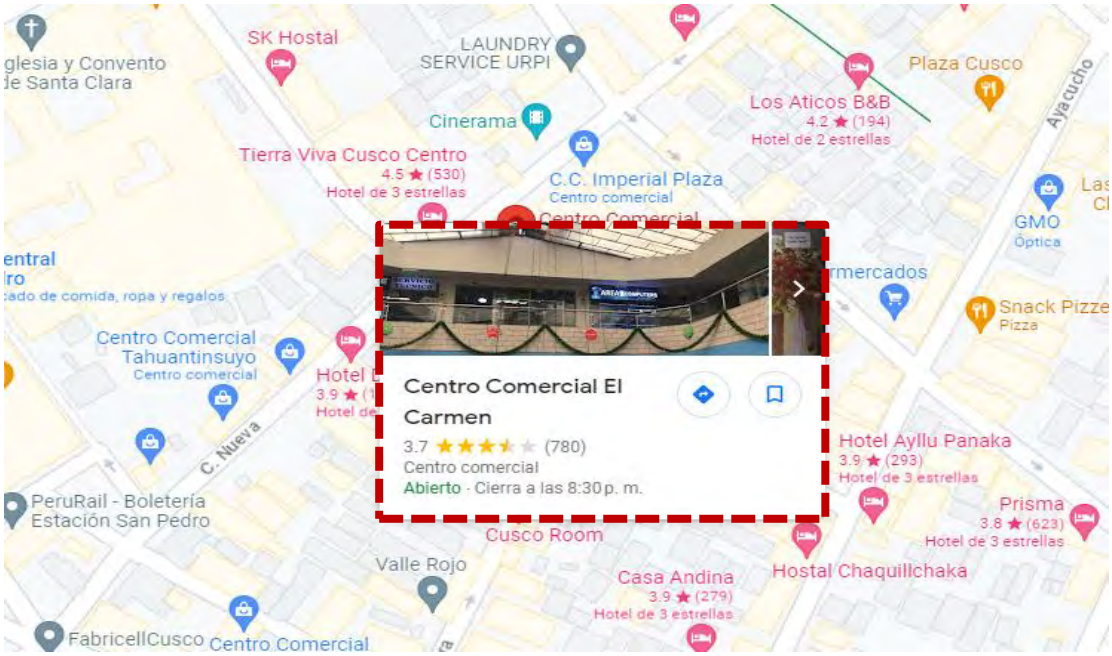
- **País:** Perú
- **Región:** Cusco
- **Departamento:** Cusco
- **Provincia:** Cusco
- **Distrito:** Cusco

b. Localización geográfica

Dirección: Cruz Verde N° 359, Cusco 08000, Perú

Figura 1

Ubicación geográfica del Centro Comercial Virgen del Carmen



Nota la figura representa la ubicación geográfica del Centro Comercial Virgen del Carmen

4.2. Tipo y nivel de investigación

A. Tipo de investigación

Carrasco (2019), señala que el tipo de investigación aplicada “es un tipo de estudio que busca solucionar problemas específicos o mejorar prácticas concretas mediante la utilización del conocimiento científico en contextos reales.” (p.43). La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque de tipo aplicado, con el propósito de buscar soluciones para la investigación.

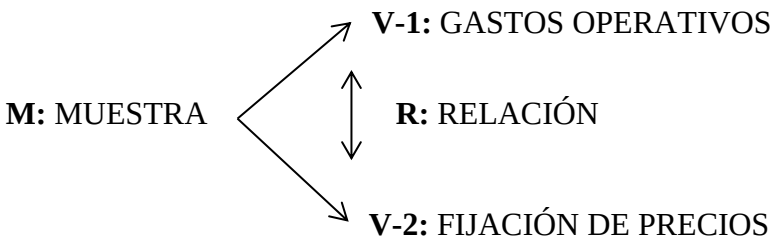
B. Nivel de investigación

Hernández et al (2014), “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. (p.158). La investigación se centró en un nivel descriptivo con su propósito de analizar y detallar la relación entre los gastos operativos y fijación de precio, este método posibilito un examen minucioso que permitió determinar la relación entre las unidades de estudio.

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 que se seleccionó fue correlacional, con el objetivo principal de establecer y determinar la relación entre los gastos operativos y fijación de precio.

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). El presente trabajo de investigación se realizó por medio de un diseño no experimental de corte transversal, debido a que no se modificó las variables sino por el contrario solo se describió y determino la situación real, así como la relación entre las unidades de estudio, además de que la información que se recolecto fue en un solo momento y tiempo único.

4.3. Unidad de análisis

El trabajo de investigación se realizó tomando en consideración información que nos suministraron los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen.

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 delimitara la población a estudiar y se generalizaran los resultados (p.174). En el marco de este estudio, se definió como población objetivo a los 61 empresarios que se dedican a la comercialización de productos tecnológicos en el entorno del Centro Comercial Virgen del Carmen. Estos empresarios conforman un grupo significativo dentro del contexto

comercial de la zona, desempeñando un papel importante en la oferta de tecnología y servicios relacionados en dicho centro comercial.

Cuadro 2

Tipos de empresas en el centro comercial Virgen del Carmen

Tipo de empresa	Cantidad
Venta de tecnología	61
Soporte técnico	20
Librería	2
Centro de conciliación	1
Total	**84**

Nota la Cuadro representa los tipos de empresas en el centro comercial Virgen del Carmen

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 el propósito de este trabajo de investigación, se seleccionó una muestra representativa compuesta por 53 empresarios que se dedican a la venta de productos tecnológicos en el Centro Comercial Virgen del Carmen. Esta elección se basó en la importancia estratégica de estos empresarios dentro del contexto comercial de la zona, así como en su influencia en el mercado local de tecnología y servicios relacionados.

Estimación de la muestra

- Población: N = 61
- 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:

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

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

$$n = 53$$

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 optó por emplear una técnica de muestreo probabilístico con el fin de garantizar la representatividad y la validez de los resultados obtenidos, para determinar el tamaño de la muestra de investigación, se utilizó una fórmula estadística específica que considera diversos parámetros relevantes, como el tamaño de la población, el nivel de confianza deseado y el margen de error aceptable.

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 para la recolección de información para el estudio se utilizó como técnica la encuesta debido a que se utilizó un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recogieron y analizaron una serie de datos que se presentarán a los 53 empresarios que tienen como actividades comerciales la de venta de tecnología en el Centro Comercial Virgen del Carmen.

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 que se utilizó en el estudio fue el cuestionario el cual estuvo conformado por una serie de interrogantes que se les aplico a los 53 empresarios que tienen como actividades comerciales la de venta de tecnología en el Centro Comercial Virgen del Carmen.

Cuadro 3

Ficha técnica

Técnica	Encuesta
Instrumento	Cuestionario
Extensión	Tendremos 20 ítems, 10 ítems para la primera variable y 10 ítems para la segunda variable.
Interpretación	Se tendrá como contenido preguntas referente a las dimensiones e indicadores de cada variable.
Escala Likert	1. Muy malo 2. Malo 3. Regular 4. Bueno 5. Muy bueno
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 la Cuadro representa la ficha técnica del cuestionario

4.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información

Se utilizo el uso del programa SPSS que facilito crear documento de datos en forma estructurada, asimismo organizo una base de datos para analizar con diversidad las técnicas estadísticas que se emplearon, también se usaron cuadros y figuras estadísticos para las variables creados en Microsoft Excel.

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 aplicó para tratar la información cuantitativa en forma ordenada, de modo de interpretarla y sacarle el máximo provecho.
Registro manual	Se aplico 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 la Cuadro muestra los procedimientos de los datos.

V. RESULADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados.

5.1.1. Confiabilidad del estudio

Figura 3

Estadística de fiabilidad de las variables

Variables	Alfa de Cronbach	N de elementos
Gastos operativos y Fijación de precio	0.746	18

Nota: la tabla representa la confiabilidad del instrumento

Cuadro5

Rangos del alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	*Consistencia interna*
> = 0.9	Excelente
0.8<= α < 0.9	Buena
0.7<= α < 0.8	Aceptable
0.6<= α < 0.7	Cuestionable
0.5<= α < 0.6	Pobre
α < 0.6	Inaplicable

Nota: La tabla representa los rangos del Alfa de Cronbach

Interpretación

Hernández et al. (2014) “la confiabilidad del instrumento consiste en una fórmula que determine el grado de consistencia y precisión que tienen los instrumentos de medición” (p. 348). Para asegurar una evaluación adecuada de la confiabilidad de los datos recolectados, se decidió utilizar el coeficiente Alfa de Cronbach. Este indicador estadístico es útil para medir la consistencia interna de un cuestionario, de manera que valores cercanos a 1 reflejan un alto nivel de confianza y precisión en la información obtenida.

El coeficiente de Alfa de Cronbach obtuvo un valor de 0.746 para las 18 preguntas del instrumento, lo que indica que la consistencia interna es adecuada, ya que se aproxima al valor de 1. Esto sugiere que el instrumento es confiable para su aplicación. Es relevante

señalar que, a mayor cercanía del coeficiente al valor de 1, mayor será la fiabilidad de la información recopilada, lo que refuerza la validez metodológica del estudio. Este resultado indica una coherencia interna favorable en las respuestas de los encuestados, lo que demuestra que el instrumento utilizado fue pertinente y efectivo para medir las variables con precisión. Además, la estabilidad observada en estos coeficientes fortalece la calidad del proceso de recolección de datos, minimizando el riesgo de sesgos y asegurando que los resultados sean representativos y útiles para tomar decisiones fundamentadas dentro del contexto de la investigación.

5.1.2. Análisis sobre el control interno y sus dimensiones

Variable 01 – Gastos operativos

Cuadro 6

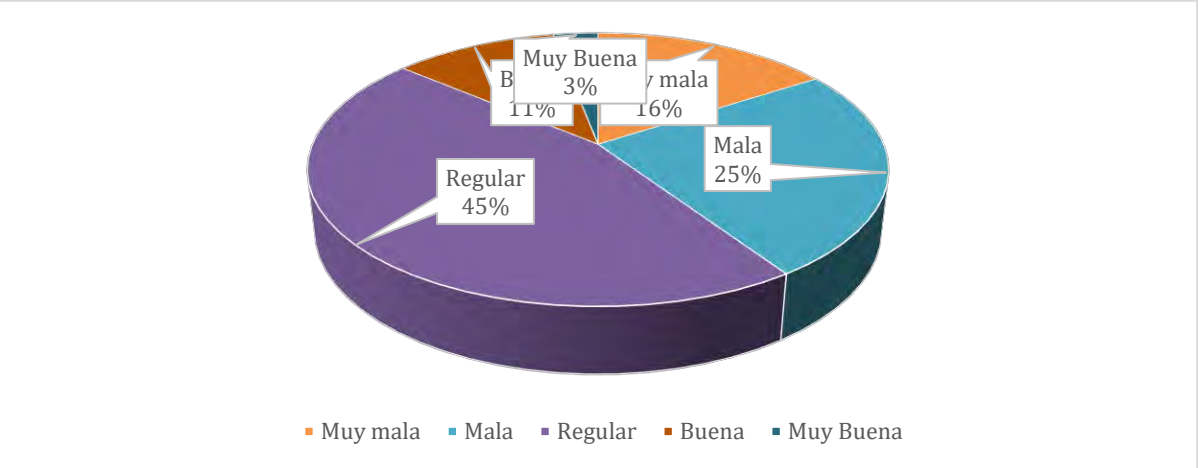
Gastos operativos

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Muy mala*	9	16%	16%
	Mala	14	25%	41%
	Regular	22	46%	87%
	Buena	6	10%	97%
	Muy Buena	2	3%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 4

Gastos operativos



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con las respuestas obtenidas de los 53 colaboradores sobre la variable "Gastos operativos", los resultados muestran: muy mala es el 16%, mala el 25%, el 46% como regular, buena el 10% y muy buena el 3%. Lo cual sugiere que existe margen considerable para mejorar los procesos relacionados con los gastos operativos. Estos datos, interpretados teóricamente, indican que la eficiencia operativa podría estar viéndose afectada, lo que impactaría en el rendimiento organizacional si no se implementan ajustes adecuados.

Dimensión 01 – Gastos administrativos

Cuadro 7

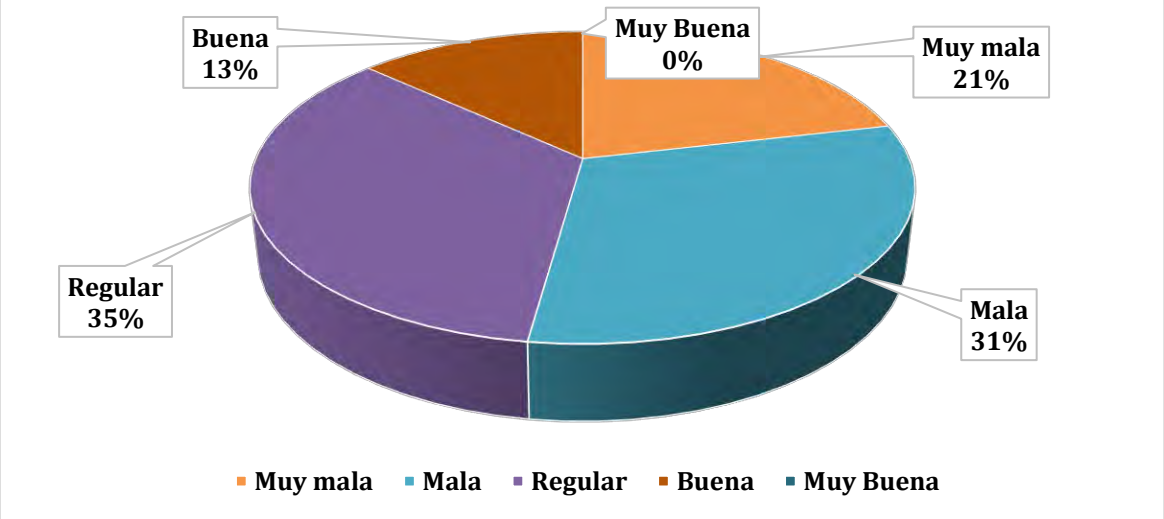
Gastos administrativos

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Muy mala*	11	21%	21%
	Mala	16	31%	52%
	Regular	18	35%	87%
	Buena	8	13%	100%
	Muy Buena	0	0%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 5

Gastos administrativos



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con las respuestas obtenidas de los 53 colaboradores sobre la dimensión "Gastos administrativos", los resultados muestran: muy mala es el 21%, mala el 31%, el 35% como regular, buena el 13% y muy buena el 0%. Lo que sugiere posibles deficiencias en la gestión o control de dichos gastos. Este tipo de percepción puede reflejar una falta de eficiencia en el uso de los recursos administrativos, lo que, teóricamente, puede repercutir negativamente en el desempeño organizacional.

Dimensión 02 – Gastos de venta

Cuadro 8

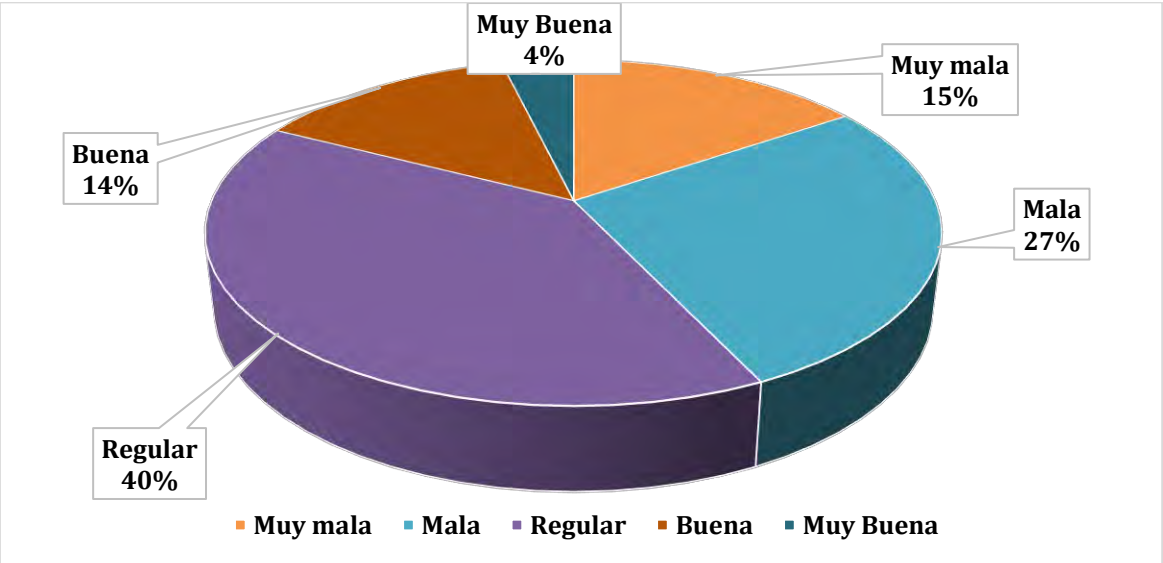
Gastos de venta

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Muy mala*	8	16%	16%
	Mala	15	27%	43%
	Regular	21	40%	83%
	Buena	7	14%	96%
	Muy Buena	2	4%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 6

Gastos de venta



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con las respuestas obtenidas de los 53 colaboradores sobre la dimensión "Gastos de venta", los resultados muestran: muy mala es el 16%, mala el 27%, el 40% como regular, buena el 14% y muy buena el 4%. Lo que sugiere que los colaboradores consideran que la gestión de estos gastos no alcanza niveles óptimos. Este tipo de percepción puede estar relacionado con deficiencias en el control, distribución o planificación de los recursos destinados a ventas. lo que indica oportunidades de mejora en las prácticas administrativas vinculadas a esta área.

Dimensión 03 – Gastos financieros

Cuadro 9

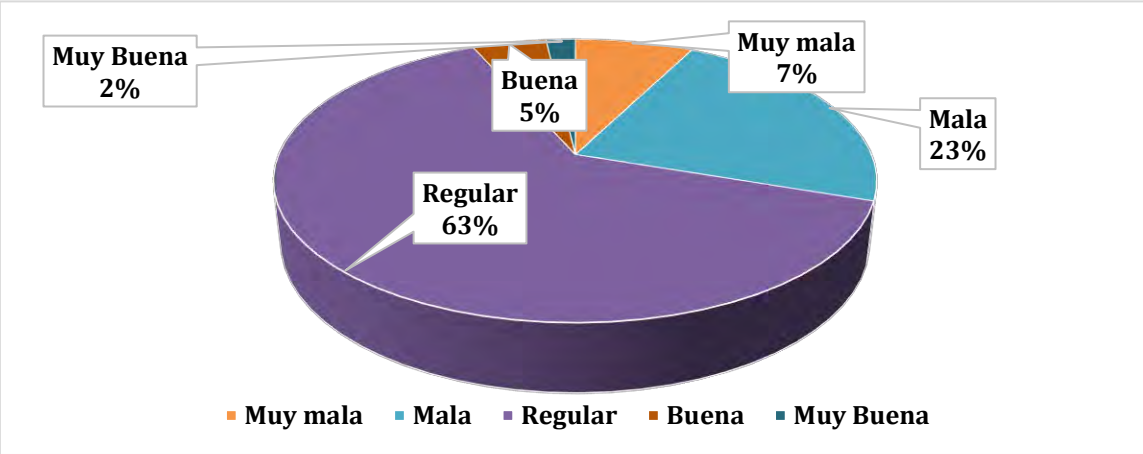
Gastos financieros

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Muy mala*	5	8%	8%
	Mala	12	23%	30%
	Regular	31	63%	93%
	Buena	4	5%	98%
	Muy Buena	1	2%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 7

Gastos financieros



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con las respuestas obtenidas de los 53 colaboradores sobre la dimensión "Gastos financieros", los resultados muestran: muy mala es el 8%, mala el 23%, el 63% como regular, buena el 5% y muy buena el 2%. Esto indica que, si bien no se perciben deficiencias extremas, tampoco se identifica un manejo óptimo. El 31% que calificó esta dimensión como mala o muy mala sugiere la existencia de aspectos que podrían estar generando preocupaciones o limitaciones en la gestión financiera. Por otro lado, el escaso porcentaje que la consideró buena o muy buena (7%) señala que son pocos los colaboradores que perciben una administración financiera favorable.

Variable 02 – Fijación de precio

Cuadro 10

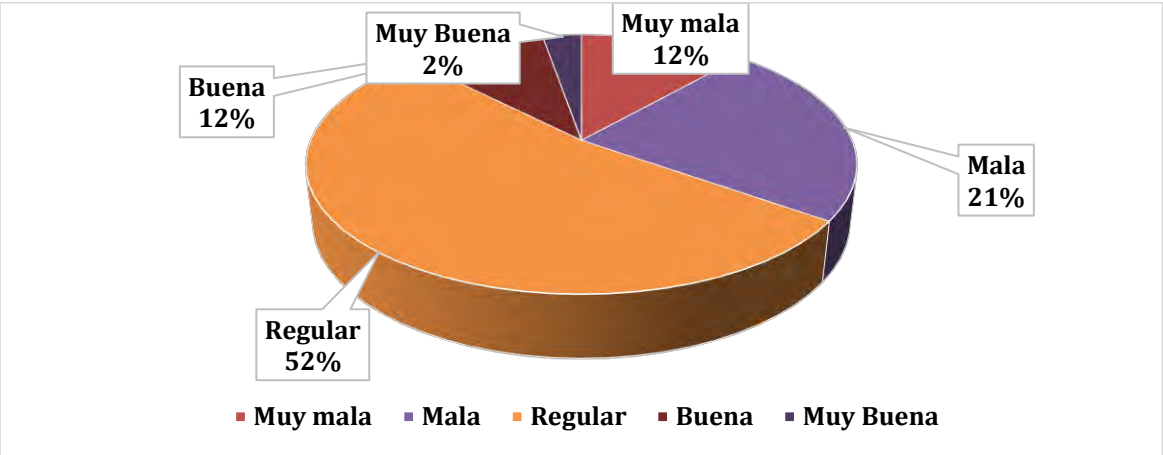
Fijación de precio

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Muy mala*	5	12%	12%
	Mala	10	21%	33%
	Regular	32	52%	85%
	Buena	5	12%	98%
	Muy Buena	1	2%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 8

Fijación de precio



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con las respuestas obtenidas de los 53 colaboradores sobre la variable "Fijación de precio", los resultados muestran: muy mala es el 12%, mala el 21%, el 52% como regular, buena el 12% y muy buena el 2%. Esto sugiere que, si bien existen prácticas establecidas en torno a la determinación de precios, estas podrían no estar completamente alineadas con los principios de eficiencia y competitividad del mercado. La presencia de valoraciones negativas (33% entre muy mala y mala) indica posibles debilidades en la estrategia o falta de criterios técnicos en su aplicación. Por otro lado, el bajo porcentaje de opiniones favorables (14%) sugiere que aún hay un amplio margen de mejora para lograr una gestión de precios percibida como efectiva por parte de los colaboradores.

Dimensión 01 – Costo actual/ valor

Cuadro 11

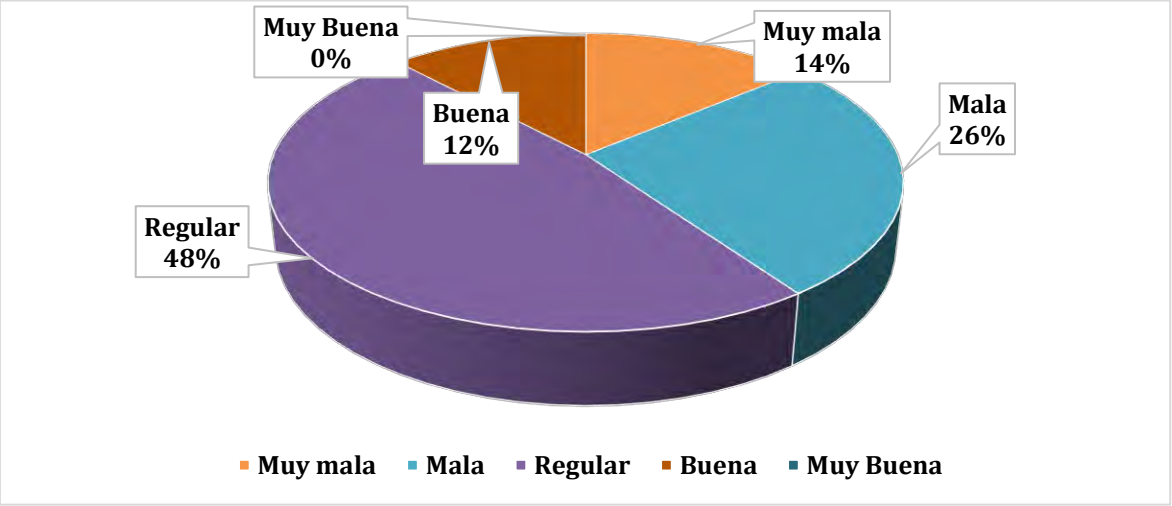
Costo actual/ valor

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Muy mala*	7	14%	14%
	Mala	14	26%	40%
	Regular	26	48%	88%
	Buena	6	12%	100%
	Muy Buena	0	0%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 9

Costo actual/ valor



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con las respuestas obtenidas de los 53 colaboradores sobre la dimensión "Costo actual/ valor", los resultados muestran: muy mala es el 14%, mala el 26%, el 48% como regular, buena el 12% y muy buena el 0%. Estos resultados indican una valoración neutral, junto con un 40% que la considera entre mala y muy mala, sugiere una apreciación limitada del equilibrio entre el costo de los productos o servicios y el valor que estos ofrecen. Solo un 12% percibe de manera favorable esta relación, lo que podría indicar una necesidad de revisar la estrategia de precios o el valor percibido por parte de los usuarios internos.

Dimensión 02 – Valor de mercado

Cuadro 12

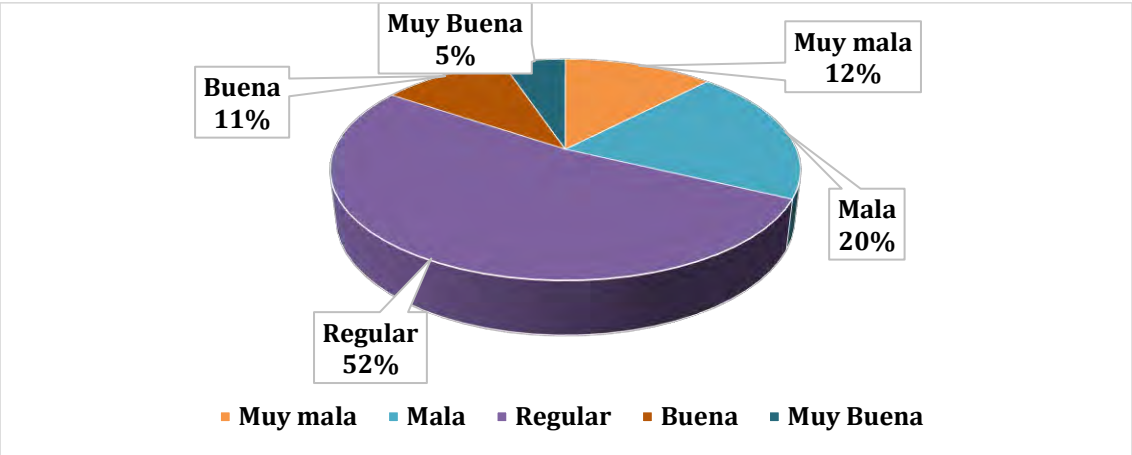
Valor de mercado

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Muy mala*	6	12%	12%
	Mala	10	20%	32%
	Regular	28	53%	85%
	Buena	6	10%	95%
	Muy Buena	3	5%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 10

Valor de mercado



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con las respuestas obtenidas de los 53 colaboradores sobre la dimensión “Valor de mercado”, los resultados muestran: muy mala es el 12%, mala el 20%, el 53% como regular, buena el 10% y muy buena el 5%. Esto sugiere que, si bien existen aspectos que cumplen con las expectativas mínimas, también hay oportunidades de mejora. El 32% de respuestas entre "muy mala" y "mala" indica la presencia de deficiencias que podrían estar afectando la competitividad o percepción externa de la organización. En contraste, solo un 15% considera que el valor de mercado es bueno o muy bueno, lo que revela una percepción limitada de fortaleza en esta área.

Dimensión 03 – Precio

Cuadro 13

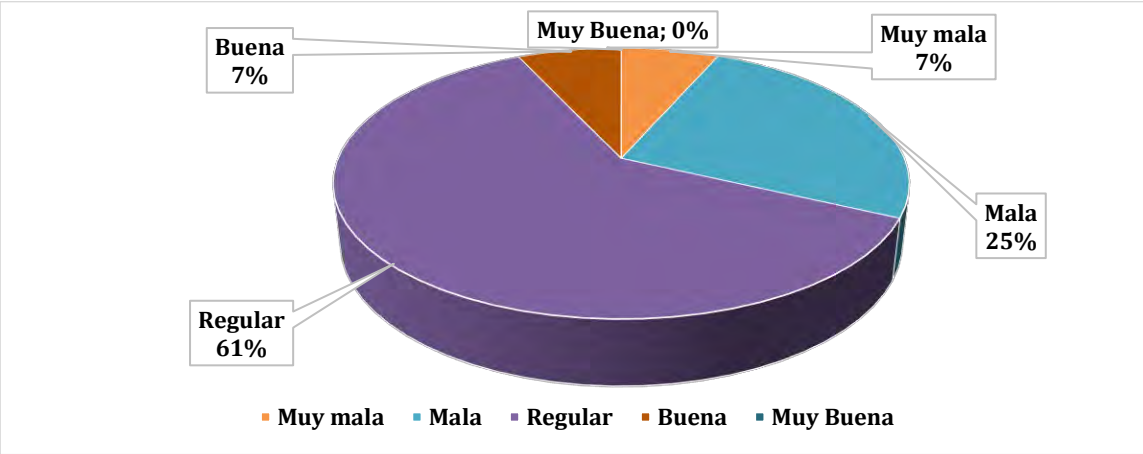
Precio

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Muy mala*	4	7%	7%
	Mala	11	25%	32%
	Regular	34	61%	93%
	Buena	4	7%	100%
	Muy Buena	0	0%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 11

Precio



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con las respuestas obtenidas de los 53 colaboradores sobre la dimensión "Precio", los resultados muestran: muy mala es el 7%, mala el 25%, el 61% como regular, buena el 7% y muy buena el 0%. Estos resultados sugieren que, aunque no se identifican niveles alarmantes de insatisfacción, tampoco se perciben altos niveles de eficacia en la gestión del precio. Las valoraciones negativas (7% muy mala y 25% mala) superan ligeramente a las positivas (7% buena y 0% muy buena), lo que indica la necesidad de revisar y ajustar las estrategias relacionadas con la fijación y percepción del precio, con el fin de mejorar su aceptación y alinearla con las expectativas de los actores involucrados.

5.1.3. Distribución de frecuencias

P-01: ¿Usted realiza un registro detallado y periódico de las remuneraciones que paga a sus trabajadores?

Cuadro 14

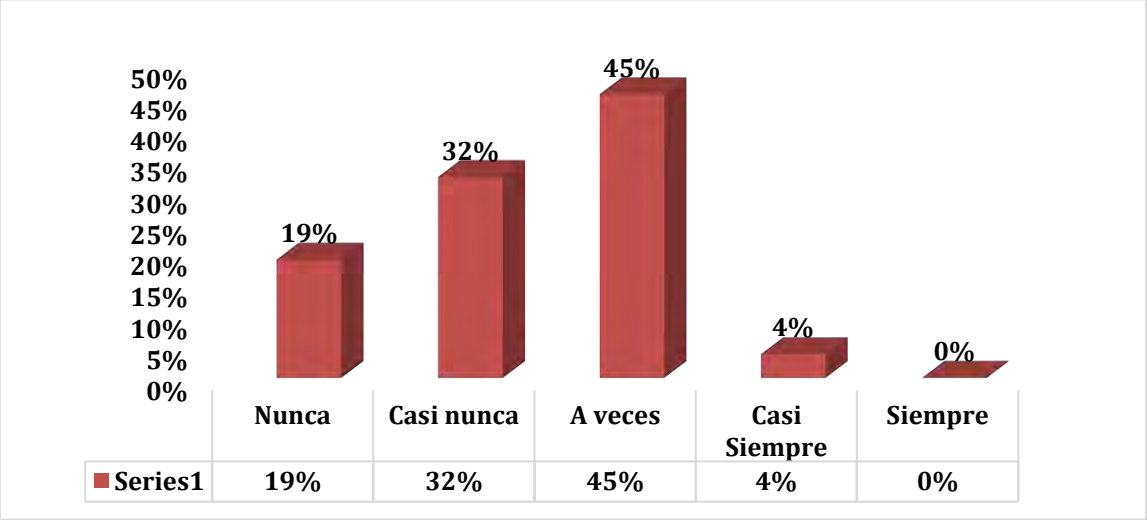
Remuneraciones

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Nunca*	10	19%	19%
	Casi nunca	17	32%	51%
	A veces	24	45%	96%
	Casi Siempre	2	4%	100%
	Siempre	0	0%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 12

Remuneraciones



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la respuesta de los 53 colaboradores a la pregunta ¿Usted realiza un registro detallado y periódico de las remuneraciones que paga a sus trabajadores? respondieron el 19% Nunca, 32% Casi nunca, 45% A veces, 4% Casi Siempre y el 0% Siempre.

P-02: ¿Ha tenido que restringir otros gastos administrativos debido al costo del alquiler de su oficina?

Cuadro 15

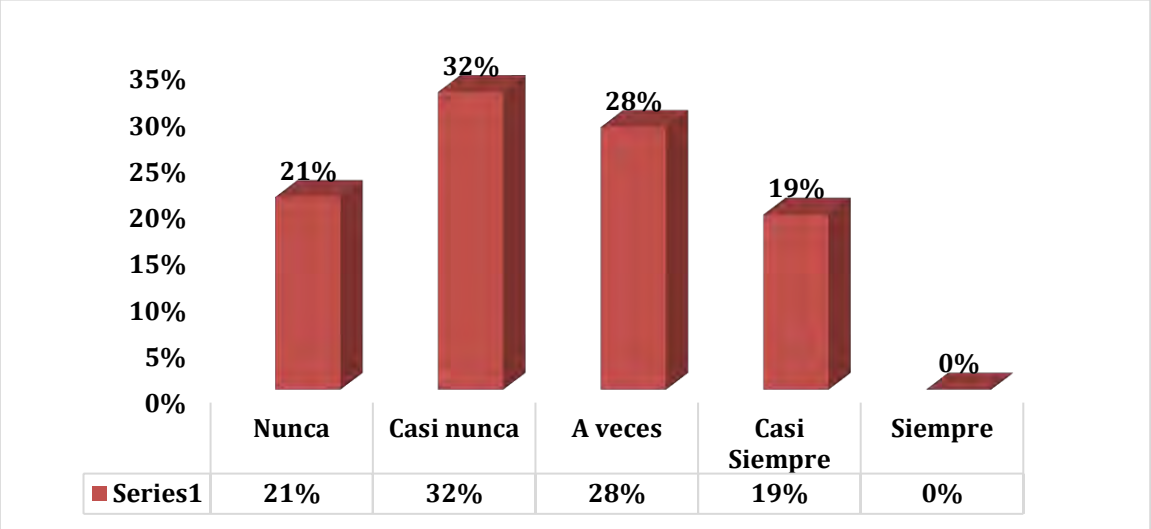
Alquiler de oficinas

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Nunca*	11	21%	21%
	Casi nunca	17	32%	53%
	A veces	15	28%	81%
	Casi Siempre	10	19%	100%
	Siempre	0	0%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 13

Alquiler de oficinas



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la respuesta de los 53 colaboradores a la pregunta ¿Ha tenido que restringir otros gastos administrativos debido al costo del alquiler de su oficina? respondieron el 21% Nunca, 32% Casi nunca, 28% A veces, 19% Casi Siempre y el 0% Siempre.

P-03: ¿Considera los gastos de mantenimiento de oficina como parte importante de su presupuesto mensual?

Cuadro 16

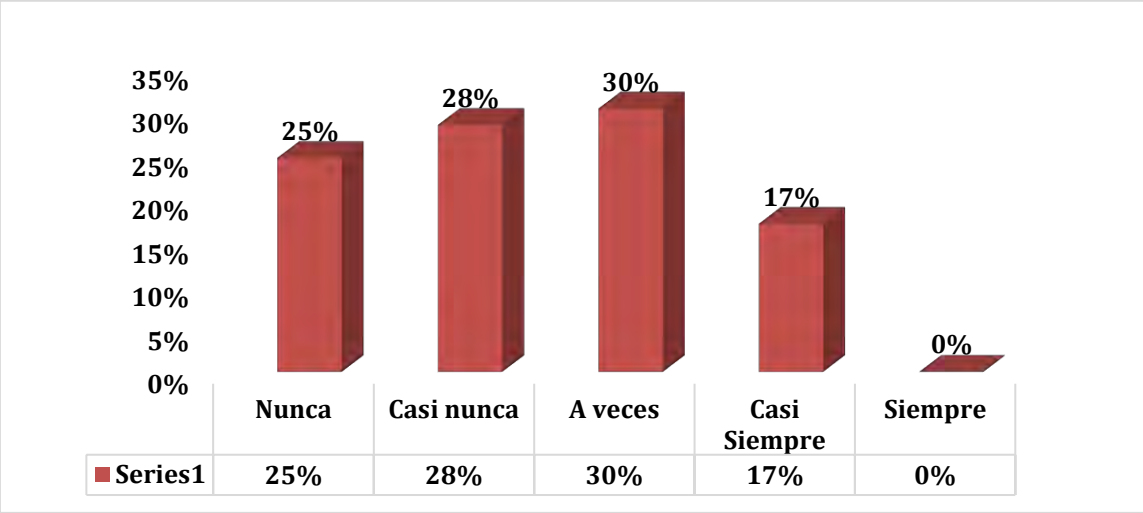
Mantenimiento de oficinas

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Nunca*	13	25%	25%
	Casi nunca	15	28%	53%
	A veces	16	30%	83%
	Casi Siempre	9	17%	100%
	Siempre	0	0%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 14

Mantenimiento de oficinas



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la respuesta de los 53 colaboradores a la pregunta ¿Considera los gastos de mantenimiento de oficina como parte importante de su presupuesto mensual? respondieron el 25% Nunca, 28% Casi nunca, 30% A veces, 17% Casi Siempre y el 0% Siempre.

P-04: ¿Considera que el costo de los servicios básicos es proporcional a lo que utiliza en su actividad comercial?

Cuadro 17

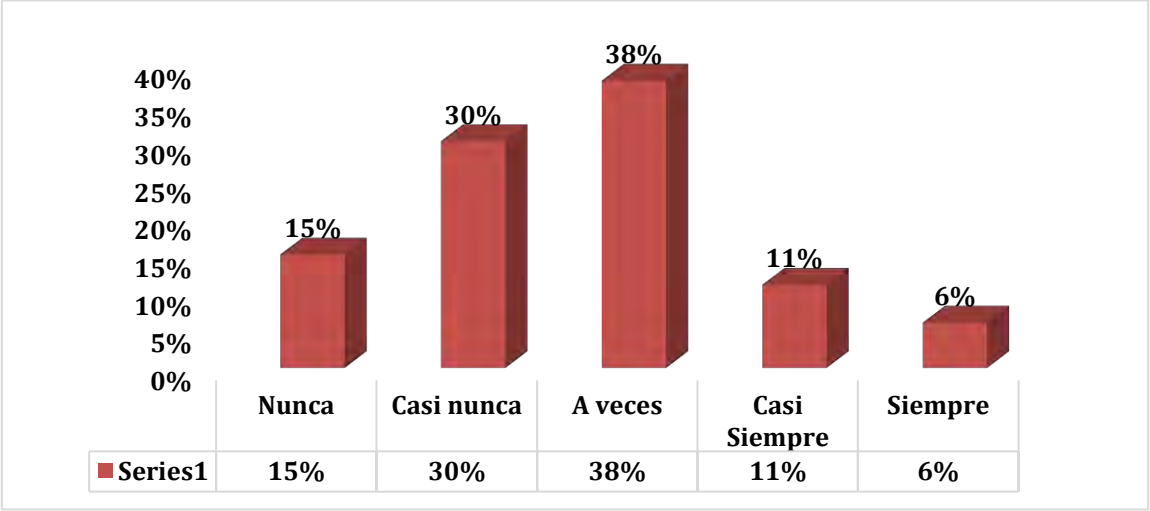
Servicios básicos

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Nunca*	8	15%	15%
	Casi nunca	16	30%	45%
	A veces	20	38%	83%
	Casi Siempre	6	11%	94%
	Siempre	3	6%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 15

Servicios básicos



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la respuesta de los 53 colaboradores a la pregunta ¿Considera que el costo de los servicios básicos es proporcional a lo que utiliza en su actividad comercial? respondieron el 15% Nunca, 30% Casi nunca, 38% A veces, 11% Casi Siempre y el 6% Siempre.

P-05: ¿Realiza inversiones periódicas en publicidad para promocionar sus productos o servicios?

Cuadro 18

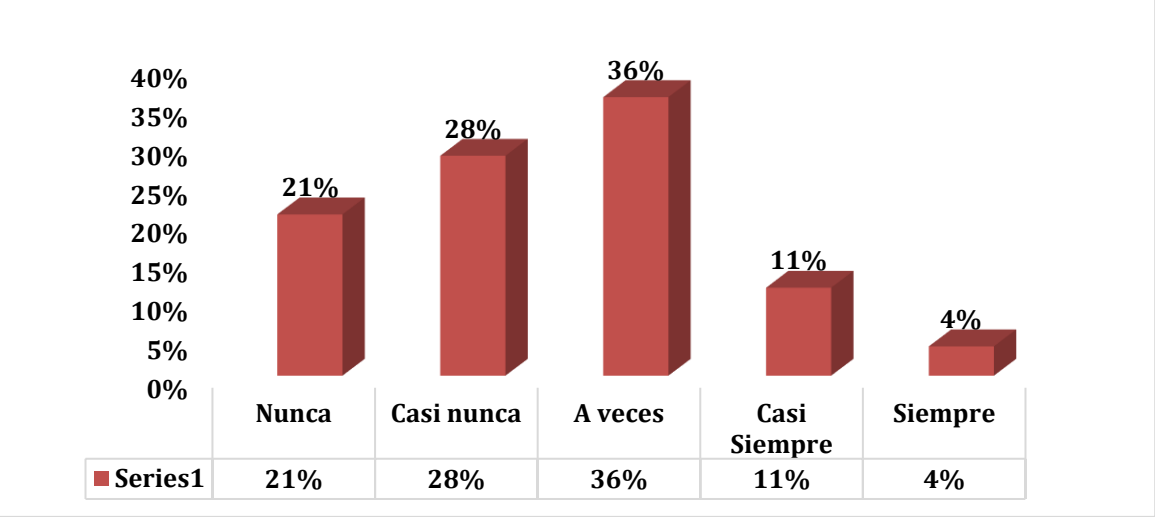
Publicidad

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Nunca*	11	21%	21%
	Casi nunca	15	28%	49%
	A veces	19	36%	85%
	Casi Siempre	6	11%	96%
	Siempre	2	4%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 16

Publicidad



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la respuesta de los 53 colaboradores a la pregunta ¿Realiza inversiones periódicas en publicidad para promocionar sus productos o servicios? respondieron el 21% Nunca, 28% Casi nunca, 36% A veces, 11% Casi Siempre y el 4% Siempre.

P-06: ¿Ha tenido que interrumpir operaciones por falta de suministros básicos?

Cuadro 19

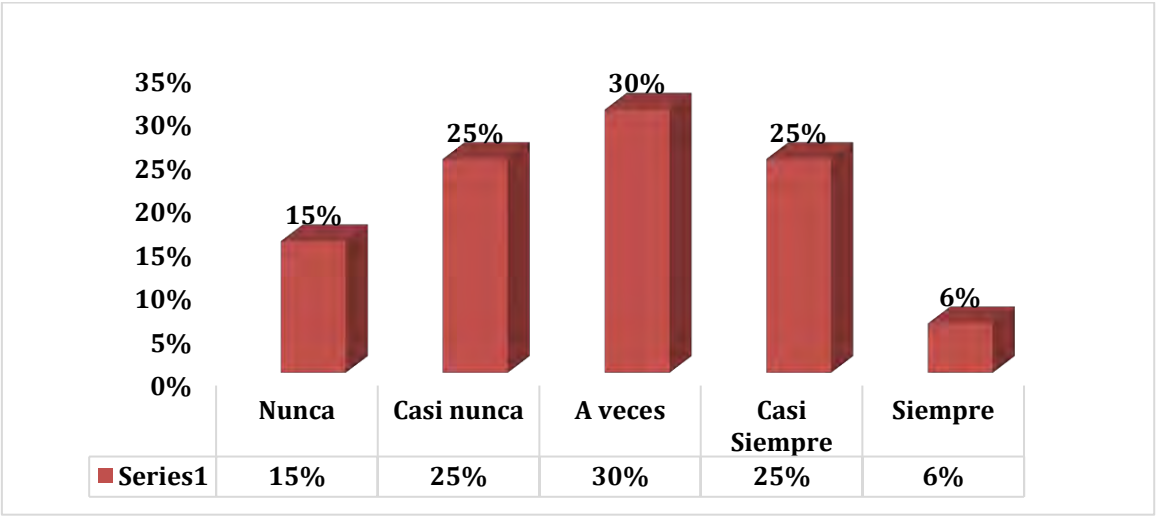
Suministros

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Nunca*	8	15%	15%
	Casi nunca	13	25%	40%
	A veces	16	30%	70%
	Casi Siempre	13	25%	94%
	Siempre	3	6%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 17

Suministros



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la respuesta de los 53 colaboradores a la pregunta ¿Ha tenido que interrumpir operaciones por falta de suministros básicos? respondieron el 15% Nunca, 25% Casi nunca, 30% A veces, 25% Casi Siempre y el 6% Siempre.

P-07: ¿El gasto en transporte representa una parte significativa de sus gastos de venta?

Cuadro 20

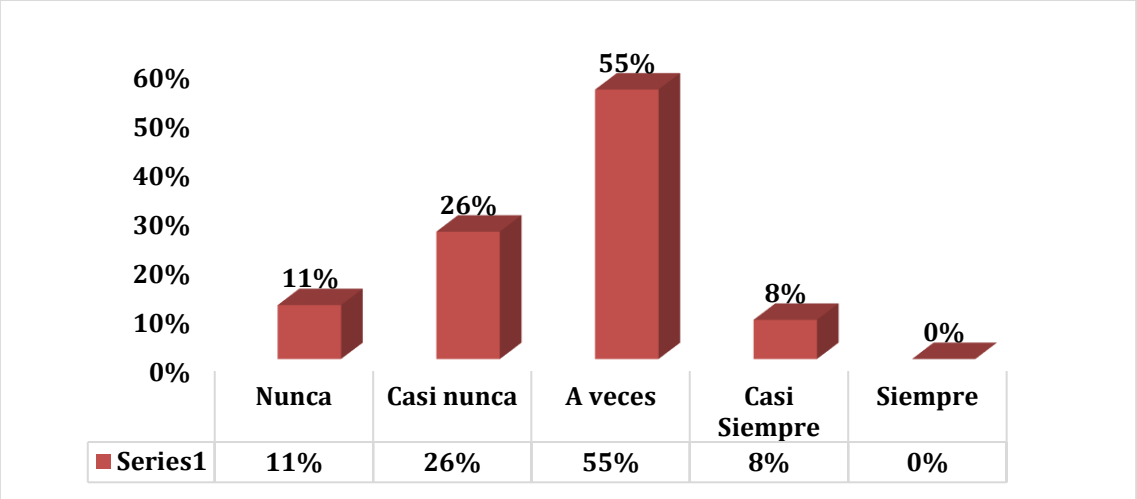
Transporte

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Nunca*	6	11%	11%
	Casi nunca	14	26%	37%
	A veces	29	55%	92%
	Casi Siempre	4	8%	100%
	Siempre	0	0%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 18

Transporte



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la respuesta de los 53 colaboradores a la pregunta ¿El gasto en transporte representa una parte significativa de sus gastos de venta? respondieron el 11% Nunca, 26% Casi nunca, 55% A veces, 8% Casi Siempre y el 0% Siempre.

P-08: ¿Considera que los préstamos han sido útiles para mantener la operatividad de su negocio?

Cuadro 21

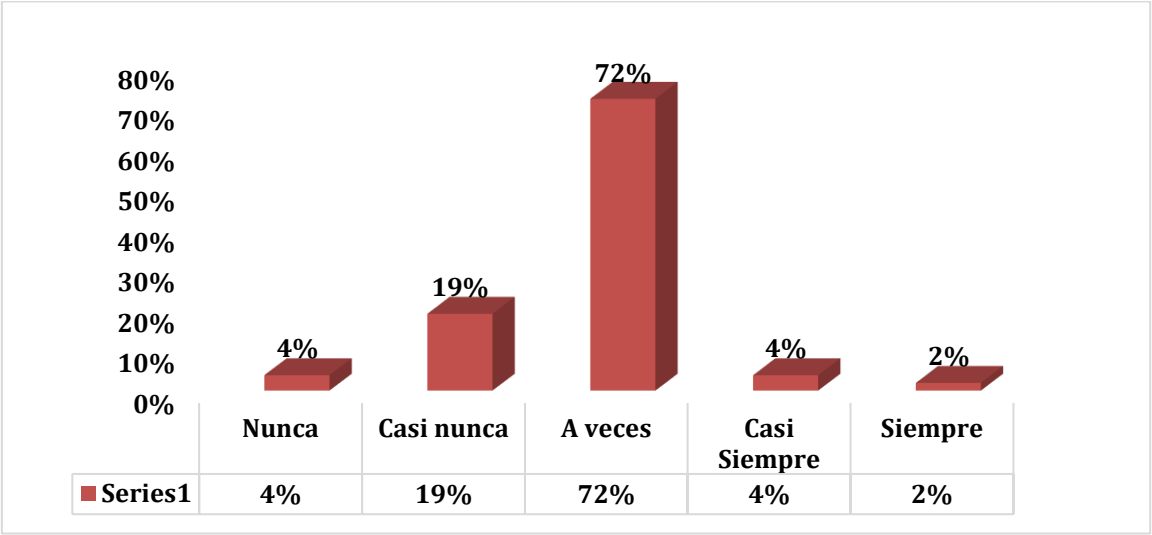
Prestamos

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Nunca*	2	4%	4%
	Casi nunca	10	19%	23%
	A veces	38	72%	94%
	Casi Siempre	2	4%	98%
	Siempre	1	2%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 19

Prestamos



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la respuesta de los 53 colaboradores a la pregunta ¿Considera que los préstamos han sido útiles para mantener la operatividad de su negocio? respondieron el 4% Nunca, 19% Casi nunca, 72% A veces, 4% Casi Siempre y el 2% Siempre.

P-09: ¿Considera que los impuestos y contribuciones que paga su negocio son elevados en comparación con otros gastos operativos?

Cuadro 22

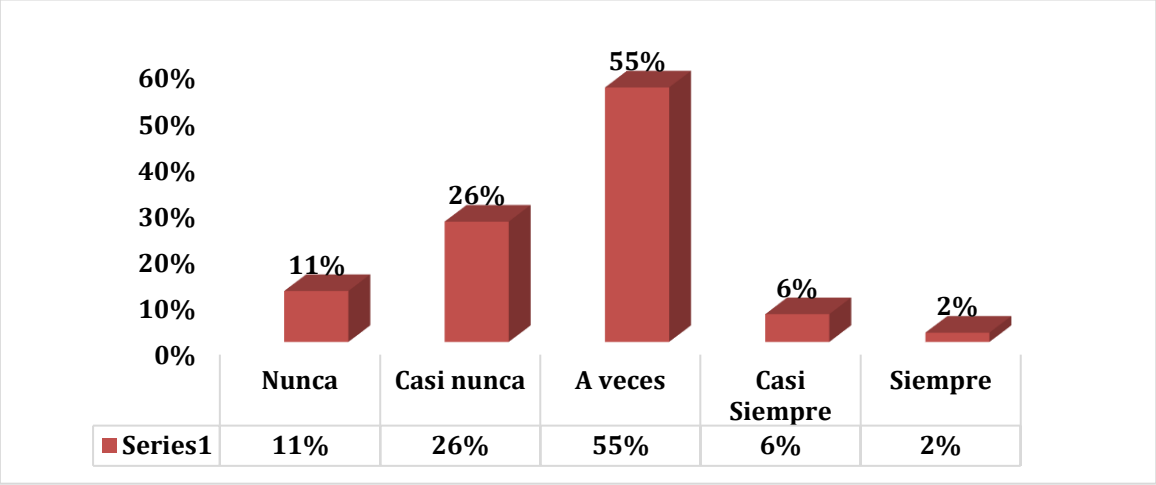
Impuestos y contribuciones

	Escala Valorativa	***Frecuencia***	***Porcentaje***	***Porcentaje acumulado***
Valido	*Nunca*	6	11%	11%
	Casi nunca	14	26%	37%
	A veces	29	55%	92%
	Casi Siempre	3	6%	98%
	Siempre	1	2%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 20

Impuestos y contribuciones



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la respuesta de los 53 colaboradores a la pregunta ¿Considera que los impuestos y contribuciones que paga su negocio son elevados en comparación con otros gastos operativos? respondieron el 11% Nunca, 26% Casi nunca, 55% A veces, 6% Casi Siempre y el 2% Siempre.

P-10: ¿Revisa con frecuencia el costo de adquisición de sus productos antes de fijar su precio?

Cuadro 23

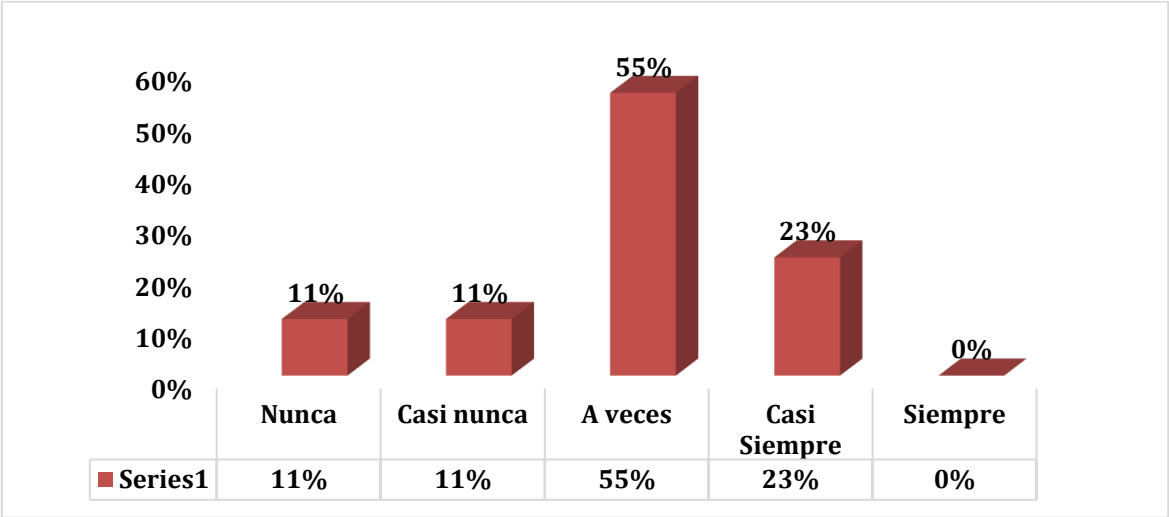
Costo de adquisición

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Nunca*	6	11%	11%
	Casi nunca	6	11%	22%
	A veces	29	55%	77%
	Casi Siempre	12	23%	100%
	Siempre	0	0%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 21

Costo de adquisición



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la respuesta de los 53 colaboradores a la pregunta ¿Revisa con frecuencia el costo de adquisición de sus productos antes de fijar su precio? respondieron el 11% Nunca, 11% Casi nunca, 55% A veces, 23% Casi Siempre y el 0% Siempre.

P-11: ¿En qué medida considera las variaciones en las existencias de productos al decidir si mantener o aumentar los precios?

Cuadro 24

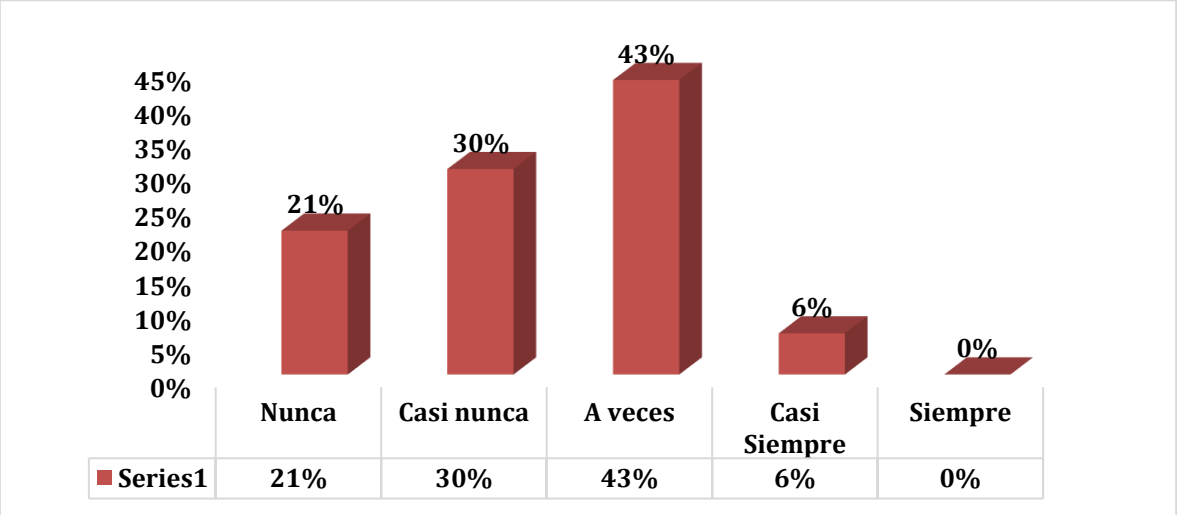
Variación de existencias

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Nunca*	11	21%	21%
	Casi nunca	16	30%	51%
	A veces	23	43%	94%
	Casi Siempre	3	6%	100%
	Siempre	0	0%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 22

Variación de existencias



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la respuesta de los 53 colaboradores a la pregunta ¿En qué medida considera las variaciones en las existencias de productos al decidir si mantener o aumentar los precios? respondieron el 21% Nunca, 30% Casi nunca, 43% A veces, 6% Casi Siempre y el 0% Siempre.

P-12: ¿Con frecuencia revisa los costos de compra para asegurarse de que sus márgenes de ganancia sean adecuados?

Cuadro 25

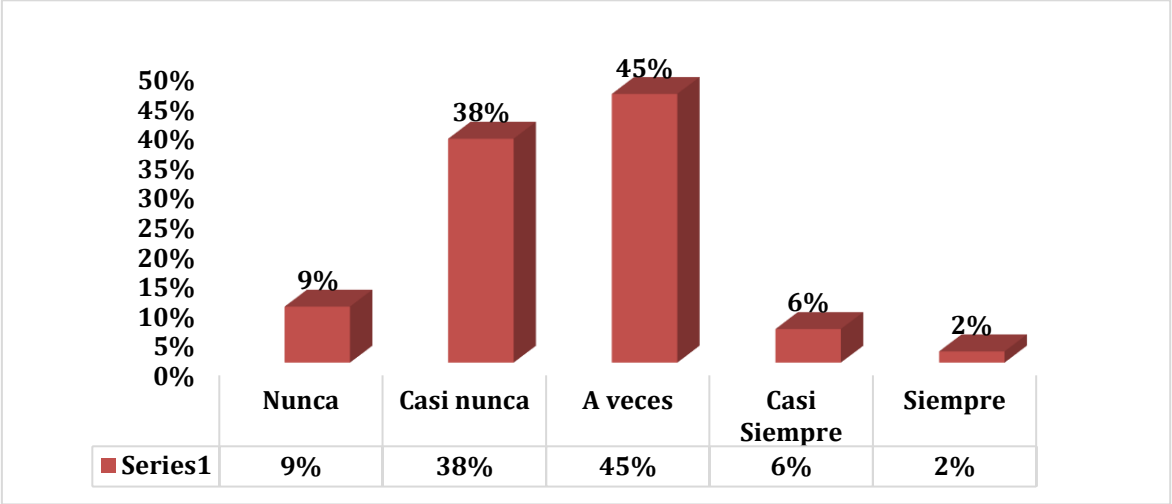
Costos vinculados con las compras

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Nunca*	5	9%	9%
	Casi nunca	20	38%	47%
	A veces	24	45%	92%
	Casi Siempre	3	6%	98%
	Siempre	1	2%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 23

Costos vinculados con las compras



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la respuesta de los 53 colaboradores a la pregunta ¿Con frecuencia revisa los costos de compra para asegurarse de que sus márgenes de ganancia sean adecuados? respondieron el 9% Nunca, 38% Casi nunca, 45% A veces, 6% Casi Siempre y el 2% Siempre.

P-13: ¿Evalúas regularmente los precios de tus competidores para determinar el valor de mercado de tus productos?

Cuadro 26

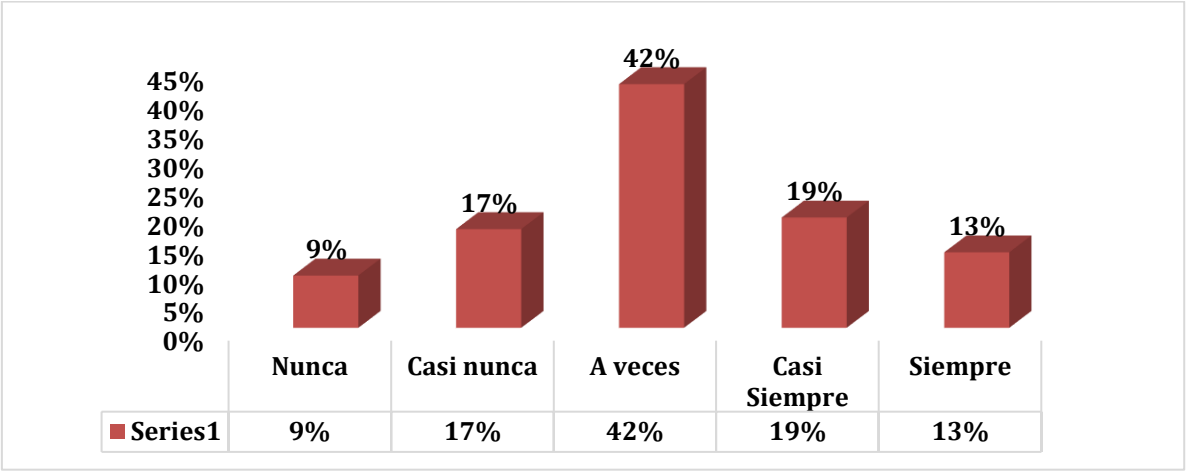
Valor de mercado

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Nunca*	5	9%	9%
	Casi nunca	9	17%	26%
	A veces	22	42%	68%
	Casi Siempre	10	19%	87%
	Siempre	7	13%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 24

Valor de mercado



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la respuesta de los 53 colaboradores a la pregunta ¿Evalúas regularmente los precios de tus competidores para determinar el valor de mercado de tus productos? respondieron el 9% Nunca, 17% Casi nunca, 42% A veces, 19% Casi Siempre y el 13% Siempre.

P-14: Cuando establece los precios, ¿siempre evalúa si los ingresos generados son mayores que los costos de oportunidad de no vender otros productos?

Cuadro 27

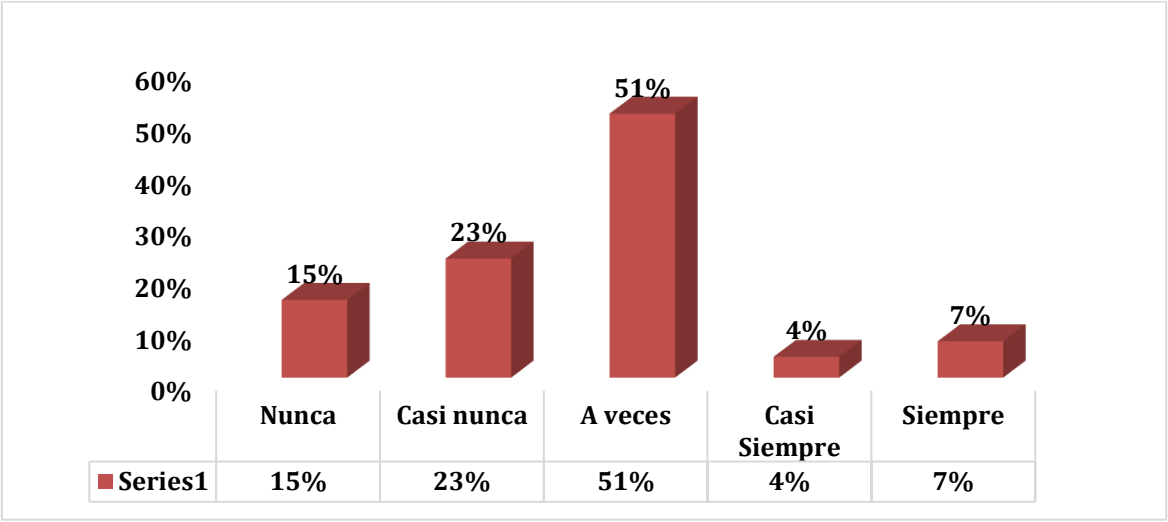
Costo de oportunidad

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Nunca*	8	15%	15%
	Casi nunca	12	23%	38%
	A veces	27	51%	89%
	Casi Siempre	2	4%	93%
	Siempre	4	7%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 25

Costo de oportunidad



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la respuesta de los 53 colaboradores a la pregunta Cuando establece los precios, ¿siempre evalúa si los ingresos generados son mayores que los costos de oportunidad de no vender otros productos? respondieron el 15% Nunca, 23% Casi nunca, 51% A veces, 4% Casi Siempre y el 7% Siempre.

P-15: ¿Siempre toma en cuenta la percepción del valor de los productos por parte de los clientes al fijar el precio?

Cuadro 28

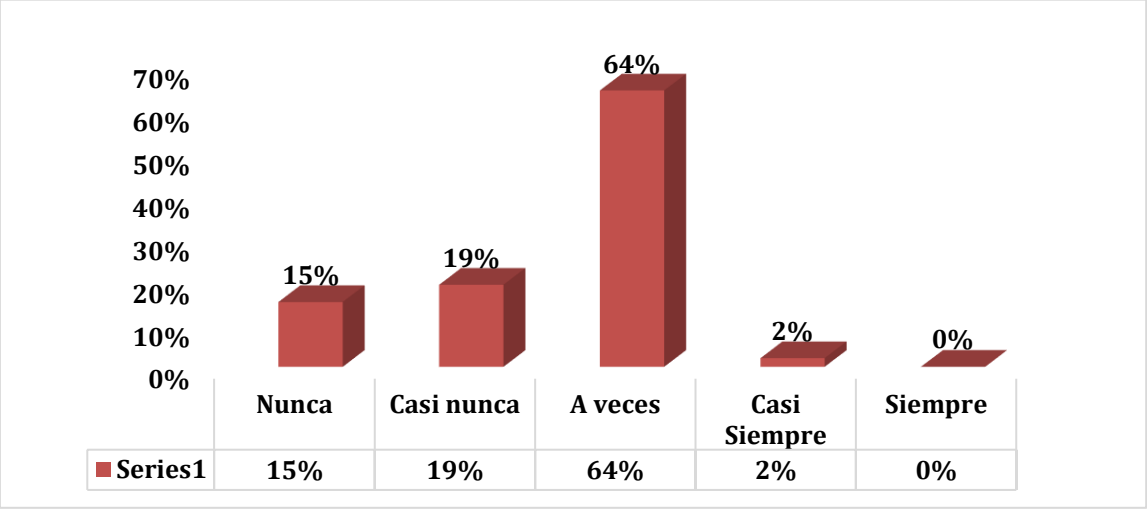
Condiciones del entorno

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Nunca*	8	15%	15%
	Casi nunca	10	19%	34%
	A veces	34	64%	98%
	Casi Siempre	1	2%	100%
	Siempre	0	0%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 26

Condiciones del entorno



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la respuesta de los 53 colaboradores a la pregunta ¿Siempre toma en cuenta la percepción del valor de los productos por parte de los clientes al fijar el precio? respondieron el 15% Nunca, 19% Casi nunca, 64% A veces, 2% Casi Siempre y el 0% Siempre.

P-16: ¿Con frecuencia considera los precios de la competencia al fijar el precio de sus productos?

Cuadro 29

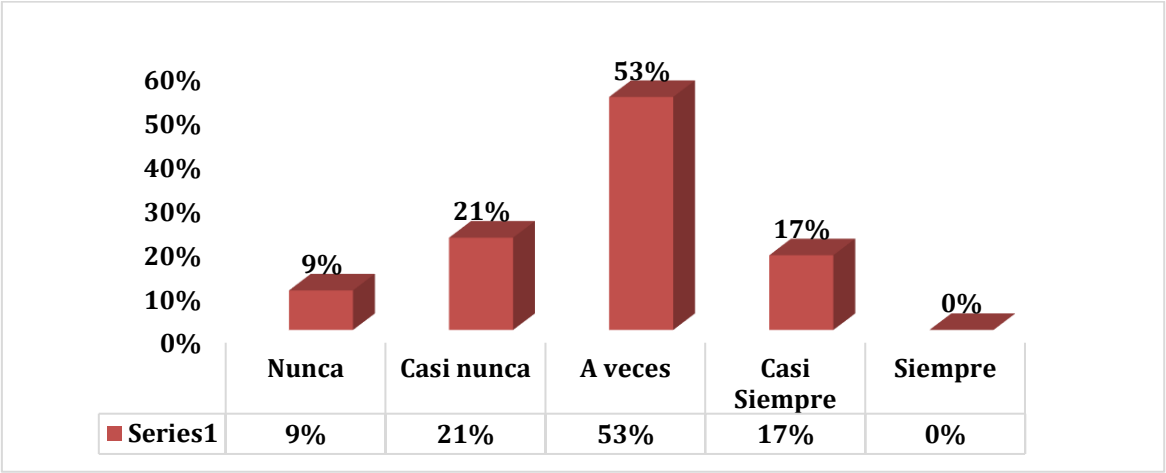
Competencia

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Nunca*	5	9%	9%
	Casi nunca	11	21%	30%
	A veces	28	53%	83%
	Casi Siempre	9	17%	100%
	Siempre	0	0%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 27

Competencia



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la respuesta de los 53 colaboradores a la pregunta ¿Con frecuencia considera los precios de la competencia al fijar el precio de sus productos? respondieron el 9% Nunca, 21% Casi nunca, 53% A veces, 17% Casi Siempre y el 0% Siempre.

P-17: ¿Promociona descuentos en sus productos de forma regular para incentivar las compras?

Cuadro 30

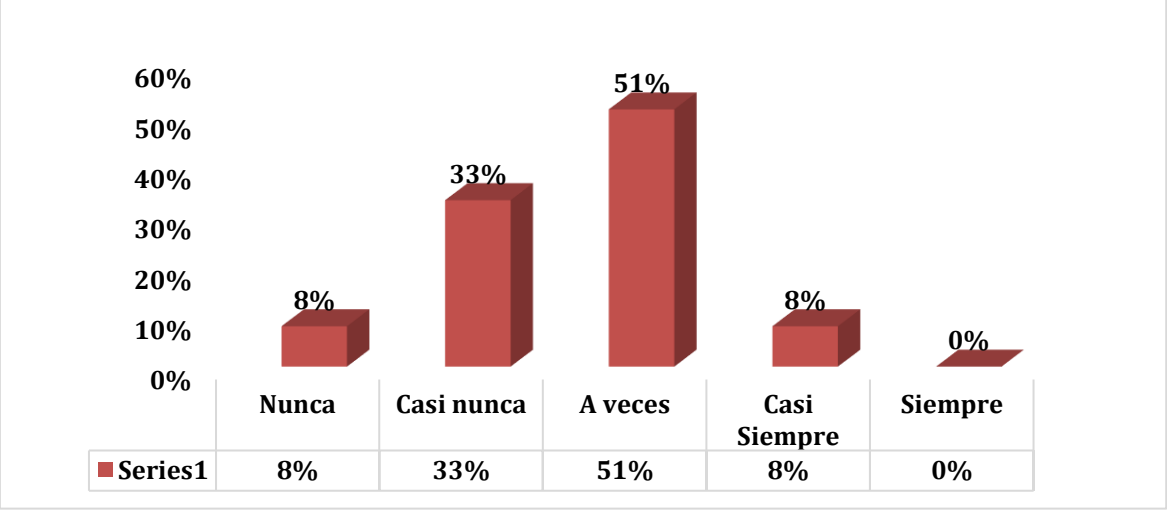
Promociones

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Nunca*	4	8%	8%
	Casi nunca	18	33%	41%
	A veces	27	51%	92%
	Casi Siempre	4	8%	100%
	Siempre	0	0%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 28

Promociones



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la respuesta de los 53 colaboradores a la pregunta ¿Promociona descuentos en sus productos de forma regular para incentivar las compras? respondieron el 8% Nunca, 33% Casi nunca, 51% A veces, 8% Casi Siempre y el 0% Siempre.

P-18: ¿Cuándo establece los precios, considera aplicar descuentos como una táctica para competir con otros comercios?

Cuadro 31

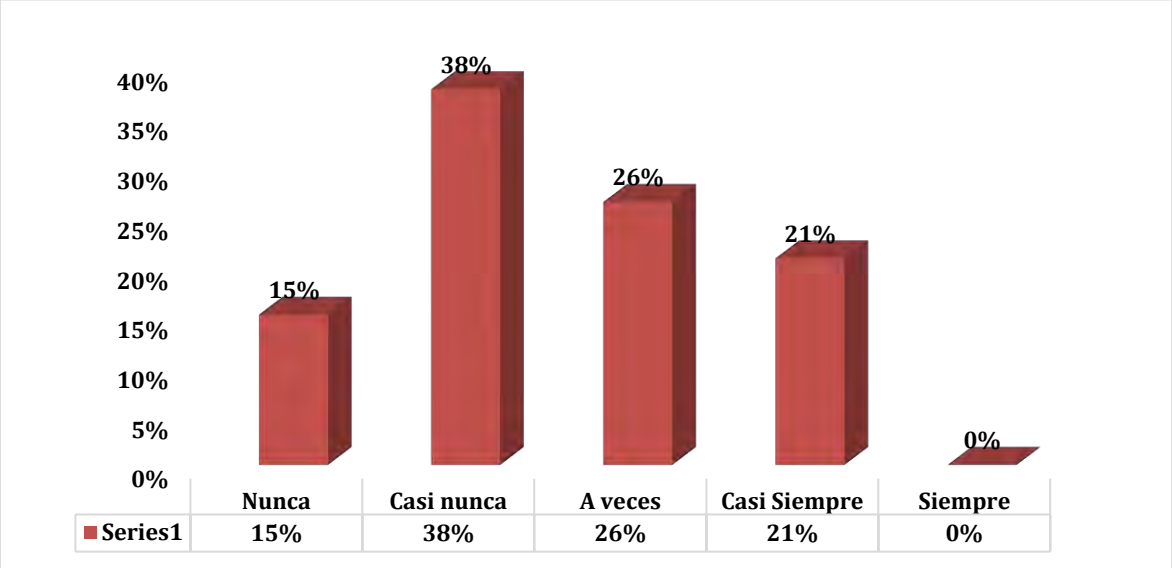
Descuentos

	Escala Valorativa	*Frecuencia*	*Porcentaje*	*Porcentaje acumulado*
Valido	*Nunca*	8	15%	8%
	Casi nunca	20	38%	41%
	A veces	14	26%	92%
	Casi Siempre	11	21%	100%
	Siempre	0	0%	100%
	Total	**53**	**100%**	

Nota: Elaboración propia

Figura 29

Descuentos



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la respuesta de los 53 colaboradores a la pregunta ¿Cuándo establece los precios, considera aplicar descuentos como una táctica para competir con otros comercios? respondieron el 15% Nunca, 38% Casi nunca, 26% A veces, 21% Casi Siempre y el 0% Siempre.

5.2. Pruebas de hipótesis

Prueba de normalidad

H_0: Los datos tienen distribución normal

H_1: Los datos no tienen distribución normal

Cuadro 32

Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	**gl**	**Sig.**
Gastos operativos	**0.94**	30	´0.000
Gastos administrativos	0.98	30	´0.000
Gastos de venta	1.19	30	´0.000
Gastos financieros	0.57	30	´0.000
Fijación de precio	0.80	30	´0.000
Costo actual/ valor	0.83	30	´0.000
Valor de mercado	0.88	30	´0.000
Precio	0.66	30	´0.000

Nota: Elaboración propia

Interpretación

Mediante el análisis de normalidad reflejado en el cuadro, se examinó la relación entre los grados de libertad (gl) y el tamaño de la muestra utilizada. Para evaluar la distribución de los datos, se aplicó la prueba de Shapiro-Wilk, considerando especialmente el valor de significancia (sig) como criterio determinante. Al obtener un valor superior a 0.05, se concluyó que los datos no presentan una distribución normal, lo que los clasifica como no paramétricos. En función de ello, se decidió emplear la prueba Tau_b de Kendall para contrastar las hipótesis del estudio. La elección de este procedimiento respondió no solo a las características estadísticas de los datos, sino también a la necesidad de aplicar un análisis coherente y adecuado que respalde la validez de los resultados obtenidos, fortaleciendo así la interpretación de las relaciones entre las variables analizadas.

Hipótesis general

H1: Existe relación significativa entre los gastos operativos y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023

H0: No existe relación significativa entre los gastos operativos y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023

O.G: *Describir la relación entre los gastos operativos y el proceso de fijación de precios del Centro Comercial Virgen del Carmen distrito del Cusco, 2023.*

Cuadro 33

Prueba de hipótesis general

			Gastos operativos	**Fijación de precio**
Tau_b de Kendall	**Gastos operativos**	Coeficiente de correlación	1	0.882
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	53	53
	Fijación de precio	Coeficiente de correlación	0.882	1
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	53	53

Nota: El cuadro representa la prueba de hipótesis general

Interpretación

Para determinar el coeficiente de correlación entre los gastos operativos y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que existe relación entre los gastos operativos y el proceso de fijación de precios, se aplicó la prueba Tau_b de Kendall, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.882, esto implica que, a

medida que los gastos operativos cambian, también lo hace la forma en que los empresarios estructuran sus precios, destacando la importancia de considerar los costos internos en las estrategias comerciales.

Hipótesis especifica 1

H1: Existe relación significativa entre los gastos administrativos y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023.

H0: No existe relación significativa entre los gastos administrativos y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023.

O.E.1: *Describir la relación entre los gastos administrativos y el proceso de fijación de precios del Centro Comercial Virgen del Carmen distrito del Cusco, 2023.*

Cuadro 34

Prueba de hipótesis especifica 1

			Gastos operativos	**Costo actual/ valor**
Tau_b de Kendall	**Gastos operativos**	Coeficiente de correlación	1	0.962
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	53	53
	Costo actual/ valor	Coeficiente de correlación	0.962	1
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	53	53

Nota: El cuadro representa la prueba de hipótesis general

Interpretación

Para determinar el coeficiente de correlación entre los gastos administrativos y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un

valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que existe relación entre los gastos administrativos y el proceso de fijación de precios, se aplicó la prueba Tau_b de Kendall, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.962, este hallazgo implica que, en este contexto, los costos administrativos juegan un papel importante en la determinación de los precios, lo cual debe ser considerado por los empresarios al establecer sus estrategias comerciales.

Hipótesis especifica 2

H1: Existe relación significativa entre los gastos de venta y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023.

H0: No existe relación significativa entre los gastos de venta y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023.

O.E.2: *Describir la relación entre los gastos de venta y el proceso de fijación de precios del Centro Comercial Virgen del Carmen distrito del Cusco, 2023.*

Cuadro 35

Prueba de hipótesis especifica 2

			Gastos operativos	**Valor de mercado**
Tau_b de Kendall	**Gastos operativos**	Coeficiente de correlación	1	0.815
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	53	53
	Valor de mercado	Coeficiente de correlación	0.815	1
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	53	53

Nota: El cuadro representa la prueba de hipótesis general

Interpretación

Para determinar el coeficiente de correlación entre los gastos de venta y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que existe relación entre los gastos de venta y el proceso de fijación de precios, se aplicó la prueba Tau_b de Kendall, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.815, este hallazgo teórico resalta la importancia de considerar los gastos asociados a las ventas en la toma de decisiones sobre precios, lo que podría influir en la rentabilidad y competitividad de los empresarios en el centro comercial.

Hipótesis especifica 3

H1: Existe relación significativa entre los gastos financieros y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023.

H0: No existe relación significativa entre los gastos financieros y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023.

O.E.3: *Describir la relación entre los gastos financieros y el proceso de fijación de precios del Centro Comercial Virgen del Carmen distrito del Cusco, 2023.*

Cuadro 36

Prueba de hipótesis especifica 3

			Gastos operativos	Precio
Tau_b de Kendall	**Gastos operativos**	Coeficiente de correlación	1	0.872
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	53	53
	Precio	Coeficiente de correlación	0.872	1
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	53	53

Nota: El cuadro representa la prueba de hipótesis general

Interpretación

Para determinar el coeficiente de correlación entre los gastos financieros y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que existe entre los gastos financieros y el proceso de fijación de precios, se aplicó la prueba Tau_b de Kendall, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.872, este resultado teórico reafirma que los gastos financieros tienen un impacto considerable en las decisiones relacionadas con la fijación de precios, lo que es relevante para la estrategia económica de los empresarios en dicho contexto.

5.3. Discusión de resultados

Una vez analizados los resultados obtenidos, se procede a la discusión del estudio, respaldada por los autores previamente citados. En primer lugar, se evaluó la confiabilidad del instrumento de medición mediante la prueba de Alfa de Cronbach, obteniendo un valor de 0.746 para ambas variables, gastos operativos y fijación de precios. Este valor, cercano a 1, indica una excelente consistencia interna, lo que respalda la viabilidad del estudio para su aplicación. A continuación, se llevó a cabo la prueba de normalidad con el fin de determinar qué prueba estadística era más adecuada para corroborar las hipótesis planteadas, asegurando así la validez de los resultados obtenidos en el análisis.

En relación con la hipótesis general que aborda la relación entre los gastos operativos y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que existe relación entre los gastos operativos y el proceso de fijación de precios, se aplicó la prueba Tau_b de Kendall, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.882, esto implica que, a medida que los gastos operativos cambian, también lo hace la forma en que los empresarios estructuran sus precios, destacando la importancia de considerar los costos internos en las estrategias comerciales.

Estos resultados son corroborados por Castro y Ccala (2019) indican que cuanto más profundo y complejo sea el proceso de determinación de los costos operativos en la cadena de suministro, más influyen estos en la estrategia de fijación de precios de venta. Cuando se realiza un análisis exhaustivo de todos los aspectos operativos, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto final al cliente, se obtiene una visión más clara de los verdaderos costos involucrados. Esta comprensión profunda permite una fijación de

precios más precisa y estratégica, lo que puede conducir a márgenes de beneficio más saludables. Así mismo Lluncor (2019) indica que, para calcular el costo de producción de la escalera, estructura de techo y carreta, la empresa se enfoca principalmente en los costos variables directos. Por lo tanto, utiliza un método de costeo parcial variable, ya que estos costos variables son los más influyentes en el costo final del producto. Debido a esta predominancia de los costos variables directos, las variaciones en otros costos incurridos no tienen un impacto tan significativo en el costo del producto. Como también Morales y Rodríguez(2022) indican que la relación entre los costos indirectos y la fijación de precios es evidente, ya que una identificación adecuada de estos costos permite determinar cómo asignarlos y aplicarlos en el proceso de fijación de precios. Es crucial para la empresa tener esto en consideración, ya que, sin una distribución correcta de los costos indirectos, el precio resultante no estaría establecido de manera segura y confiable, e incluso podría generar pérdidas para la empresa. de la misma manera Cusilayme (2021) señala 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, limitándose a contemplar únicamente 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 fijación de precios se basa en la experiencia adquirida en capacitaciones y trabajos anteriores. Este enfoque se identifica en la investigación como "costo más un margen de utilidad". Es importante destacar que no hay un método de fijación de precios superior a los demás; sin embargo, la aplicación adecuada del método correcto puede conducir al éxito en la rentabilidad de la empresa.

En relación con la hipótesis 1, que aborda la relación entre los gastos administrativos y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que existe relación entre los gastos administrativos y el proceso de fijación de precios, se aplicó la prueba Tau_b de Kendall, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.962, este hallazgo implica que, en este contexto, los costos administrativos juegan un papel importante en la determinación de los precios, lo cual debe ser considerado por los empresarios al establecer sus estrategias comerciales.

Estos resultados son corroborados por Melgar (2019) indica la competencia en el sector peninsular tiene un impacto significativo en los precios de un servicio. Sin embargo, se enfrenta desafíos en la distribución adecuada de los costos asociados con cada orden de lavado, lo que afecta a la capacidad para fijar precios competitivos y rentables. La falta de un método sistemático para establecer los precios de venta también compromete la capacidad de una empresa para alcanzar niveles óptimos de rentabilidad. Así mismo Muñoz (2019) indica que la gestión efectiva de costos operativos y fijación de precios es esencial para la salud financiera y la competitividad de las empresas. La falta de profesionales capacitados en contabilidad de costos puede generar desafíos significativos en la asignación y distribución adecuada de los costos, lo que afecta la rentabilidad y la capacidad de fijar precios competitivos. Es fundamental que las empresas reconozcan la importancia de contar con personal especializado en este aspecto y desarrollen estrategias efectivas para la gestión de costos y la fijación de precios que les permitan tomar decisiones informadas y alcanzar sus objetivos comerciales. Como también Castro (2024) señala que una revisión detallada de la estrategia de fijación 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 fijación 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.

En relación con la hipótesis 2, que aborda la relación entre los gastos de venta y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que existe relación entre los gastos de venta y el proceso de fijación de precios, se aplicó la prueba Tau_b de Kendall, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.815, este hallazgo teórico resalta la importancia de considerar los gastos asociados a las ventas en la toma de decisiones sobre precios, lo que podría influir en la rentabilidad y competitividad de los empresarios en el centro comercial.

Estos resultados son corroborados por Durán y Zolano (2019) señalan que, en las empresas del sector industrial, la gestión eficiente de los costos operativos y la fijación 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 Bastidas y Román(2019) señalan que en Basándonos en el caso analizado, se llega a la conclusión de

que el uso del sistema de costeo ABC para determinar los costos de los productos ayuda a minimizar las distorsiones en la fijación de precios, evitando así el subsidio cruzado entre los productos. Como también Zavalaga (2022) señala que se ha reconocido que hay una relación sustancial y positiva entre la determinación de los costos operativos y la fijación de los precios de venta. Esta conexión es esencial, ya que la eficacia en calcular los costos influye directamente en la capacidad de establecer precios competitivos y rentables. En otras palabras, una sólida comprensión de los costos operativos facilita la fijación de precios adecuados, lo que a su vez contribuye al éxito y la viabilidad financiera de un negocio.

En relación con la hipótesis 3, que aborda la relación entre los gastos financieros y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que existe entre los gastos financieros y el proceso de fijación de precios, se aplicó la prueba Tau_b de Kendall, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.872, este resultado teórico reafirma que los gastos financieros tienen un impacto considerable en las decisiones relacionadas con la fijación de precios, lo que es relevante para la estrategia económica de los empresarios en dicho contexto.

Estos resultados son corroborados por Angulo y Quinto (2020) señalan que la relación entre la inversión en activos empresariales, los costos operativos y la fijación de precios es esencial para comprender cómo estas variables impactan en la rentabilidad y la salud financiera de una empresa. Cuando una empresa realiza inversiones inteligentes en sus activos, como maquinaria, tecnología o infraestructura, mejora su eficiencia operativa y reduce sus costos a largo plazo. Las inversiones inteligentes mejoran la calidad de sus productos a través de la reducción de los costos operativos y de esta manera mejora la calidad

de los productos o servicios, lo que a su vez permite a la empresa establecer precios competitivos y rentables, fortaleciendo su posición financiera y su capacidad para generar ganancias a largo plazo. Así mismo Cevallos y Rugel (2022) indican 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 fijación de precios y asignación de recursos, lo que contribuirá a mejorar su rentabilidad y competitividad en el mercado. Como también Soto y Tebes (2023) señalan que en la implementación del costeo se destaca como la solución más eficaz para abordar los desafíos relacionados con el costeo y la fijación de precios que enfrenta la empresa. Este enfoque ofrece una base sólida para asignar con precisión los costos a las actividades específicas involucradas en el proceso de transformación de semillas a granos andinos, lo que facilita la toma de decisiones fundamentadas y contribuye a mejorar la rentabilidad.

CONCLUSIONES

- En conclusión, los resultados obtenidos permiten confirmar que existe una relación significativa entre los gastos operativos y el proceso de fijación de precios por parte de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco durante el año 2023. Esta relación evidencia que los costos asociados a las operaciones diarias influyen directamente en la manera en que los comerciantes determinan los precios de sus productos o servicios. Una gestión adecuada de los gastos operativos no solo contribuye a mantener la rentabilidad del negocio, sino que también permite establecer precios más competitivos y sostenibles. Por tanto, es fundamental que los empresarios consideren de forma estratégica sus estructuras de costos al momento de fijar precios, ya que ello impacta tanto en su competitividad como en la percepción de valor por parte de los clientes. Este hallazgo refuerza la importancia de integrar el análisis financiero en la toma de decisiones comerciales para lograr una mayor eficiencia y sostenibilidad en el mercado local.
- En conclusión, los resultados obtenidos confirman que existe una relación significativa entre los gastos administrativos y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen en el distrito del Cusco durante el año 2023. Esto sugiere que los costos asociados a la gestión administrativa tienen un impacto directo en las decisiones que toman los empresarios respecto a la determinación de los precios de sus productos o servicios. Es evidente que, al aumentar los gastos administrativos, los empresarios podrían verse obligados a ajustar sus precios para mantener la rentabilidad. Este hallazgo destaca la importancia de gestionar eficientemente los costos operativos para optimizar las estrategias de precios y, de este modo, mejorar la competitividad y sostenibilidad económica del centro comercial.

- En conclusión, los resultados obtenidos confirman que existe una relación significativa entre los gastos de venta y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen en el distrito del Cusco durante el año 2023. Esta relación sugiere que las decisiones sobre los precios de los productos están directamente influenciadas por los costos asociados a las ventas, lo que indica que los empresarios toman en cuenta estos gastos al establecer sus estrategias de precios. Esta interdependencia resalta la importancia de una gestión eficiente de los costos de venta para asegurar la competitividad y rentabilidad en un entorno comercial dinámico. Por lo tanto, es fundamental que los empresarios sigan monitoreando de cerca sus costos de venta para optimizar la fijación de precios y mejorar el desempeño económico de sus negocios.
- En conclusión, los resultados del estudio sugieren que efectivamente existe una relación significativa entre los gastos financieros y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen en el distrito del Cusco durante el año 2023. Este hallazgo resalta la importancia de considerar los costos financieros, como los intereses y otros gastos asociados, al momento de establecer los precios de los productos. Los empresarios deben tomar en cuenta estos factores para garantizar que sus precios no solo sean competitivos, sino también sostenibles desde el punto de vista financiero. La integración de los gastos financieros en la estrategia de fijación de precios permitirá una gestión más eficiente y rentabilidad en el largo plazo, favoreciendo el crecimiento y la estabilidad del centro comercial en su conjunto.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen, dedicados a la comercialización de productos tecnológicos, realizar un análisis detallado y constante de sus gastos operativos para optimizar el proceso de fijación de precios. Es esencial que los costos operativos, como alquiler, personal, servicios y otros gastos, sean evaluados de manera precisa y se integren eficazmente en la estrategia de precios. Al comprender cómo estos gastos impactan en el precio final de los productos, los empresarios podrán establecer precios más competitivos, asegurando márgenes de ganancia adecuados sin afectar la demanda de sus productos. Además, se sugiere implementar un sistema de control financiero que permita ajustar los precios de manera flexible en función de los cambios en los gastos operativos, lo que contribuirá a una mayor rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo. Este enfoque permitirá mejorar la competitividad y la eficiencia del negocio, al mismo tiempo que garantiza una gestión adecuada de los recursos.
- Se recomienda a los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen, dedicados a la comercialización de productos tecnológicos, que establezcan un análisis más detallado de sus gastos administrativos al momento de fijar los precios de sus productos. La relación significativa entre ambos factores sugiere que una adecuada gestión de los costos administrativos puede tener un impacto directo en la competitividad de los precios y, por ende, en las ventas. Es importante que los empresarios evalúen los costos operativos y administrativos con mayor precisión para integrar estos datos en sus estrategias de fijación de precios, permitiéndoles así mantener márgenes de ganancia sostenibles sin sacrificar la competitividad en el mercado. Además, se recomienda la implementación de herramientas de control financiero y la capacitación continua en gestión administrativa, lo que les permitirá

optimizar recursos y tomar decisiones más informadas, contribuyendo al éxito a largo plazo de sus negocios.

- Se recomienda a los empresarios dedicados a la comercialización de productos tecnológicos en el Centro Comercial Virgen del Carmen que optimicen la gestión de sus gastos de venta, ya que estos tienen un impacto directo en el proceso de fijación de precios. Es esencial realizar un análisis detallado de los costos asociados a la venta de sus productos, como el transporte, almacenamiento, personal y publicidad, para asegurarse de que estos se integren de manera eficiente en la estrategia de precios. Además, se sugiere implementar herramientas de control financiero que permitan ajustar los precios de forma dinámica, de acuerdo con los costos variables y los márgenes de ganancia deseados, sin perder de vista la competitividad en el mercado local. Establecer una relación más estrecha entre los gastos de venta y la fijación de precios permitirá a los empresarios mejorar su rentabilidad, ofrecer precios atractivos a los clientes y mantener un equilibrio entre costos y beneficios.
- Se recomienda a los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen que consideren la gestión de los gastos financieros como un factor clave en su proceso de fijación de precios. Es fundamental realizar un análisis detallado de los costos financieros involucrados, como los intereses, comisiones y otros gastos asociados a los métodos de financiamiento, ya que estos impactan directamente en la rentabilidad de sus productos. Los empresarios deben evaluar si estos gastos están siendo correctamente reflejados en los precios de venta, para no comprometer su margen de ganancia. Además, se sugiere implementar estrategias de optimización financiera, como la búsqueda de fuentes de financiamiento más favorables o la negociación de mejores condiciones con proveedores, lo que permitiría mantener precios competitivos sin afectar la rentabilidad. De esta manera, podrán tomar decisiones

más informadas y equilibradas, garantizando la sostenibilidad económica de sus negocios y mejorando su posición en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

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 fijación 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 fijación 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 fijación 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 fijación 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

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 fijación 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 deducibidad 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 metalmecanica 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 fijación 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 fijación 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_RYP-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 fijación 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 fijación 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 Fijación 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 fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023?	Determinar la relación entre los gastos operativos y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023.	Existe relación significativa entre los gastos operativos y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023.	**Variable 01** Gastos operativos	**1. Enfoque** Cuantitativo **2. Tipo de estudio** Básico aplicado
Problemas específicos	**Objetivos específicos**	**Hipótesis específicas**	**Dimensiones**	**3. Nivel**
¿Cuál es la relación entre los gastos administrativos y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023?	Determinar la relación entre los gastos administrativos y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023.	Existe relación significativa entre los gastos administrativos y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del 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 fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023?	Determinar la relación entre los gastos de venta y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023.	Existe relación significativa entre los gastos de venta y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023.	**Variable 02** Fijación de precio **Dimensiones**	**5. Población - Muestra** Centro Comercial Virgen del Carmen **5. Población - Muestra** 53 empresarios **6. Técnica**
¿Cuál es la relación entre los gastos financieros y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023?	Determinar la relación entre los gastos financieros y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023.	Existe relación significativa entre los gastos financieros y el proceso de fijación de precios de los empresarios del Centro Comercial Virgen del Carmen del distrito del Cusco, 2023.	Costo actual/ valor Valor de mercado Precio	Encuesta **7. Instrumento** Cuestionario **8. Análisis de datos** SPSS V25

Nota: El cuadro representa la matriz de consistencia

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.	Remuneraciones Alquiler de oficinas Mantenimiento de oficinas Servicios básicos
		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.	Publicidad Suministros Transporte
		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.	Prestamos Impuestos y contribuciones
Variable 02 - Fijación de precio		**Dimensiones**	**Indicadores**
Definición conceptual	**Definición operacional**		
Coll (2020) La fijación 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 fijación de precio, es el precio establecido para la transferencia de bienes, derechos, así como otra serie de activos, entre empresas que son asociadas, la fijación 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.	Costo de adquisición Variación de existencias Costos vinculados con las compras Valor de mercado
		Valor de mercado: Coll (2021) El valor de mercado es un concepto muy relacionado con los mercados financieros.	Costo de oportunidad Condiciones del entorno Competencia
		Precio: Sevilla (2021) El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria.	Promociones Descuentos

Nota: El cuadro representa la matriz operacional

Anexo 03: Matriz de instrumentos de la variable 01

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Gastos operativos	Gastos administrativos	Remuneraciones	¿Usted realiza un registro detallado y periódico de las remuneraciones que paga a sus trabajadores?
		Alquiler de oficinas	¿Ha tenido que restringir otros gastos administrativos debido al costo del alquiler de su oficina?
		Mantenimiento de oficinas	¿Considera los gastos de mantenimiento de oficina como parte importante de su presupuesto mensual?
		Servicios básicos	¿Considera que el costo de los servicios básicos es proporcional a lo que utiliza en su actividad comercial?
	Gastos de venta	Publicidad	¿Realiza inversiones periódicas en publicidad para promocionar sus productos o servicios?
		Suministros	¿Ha tenido que interrumpir operaciones por falta de suministros básicos?
		Transporte	¿El gasto en transporte representa una parte significativa de sus gastos de venta?
	Gastos financieros	Prestamos	¿Considera que los préstamos han sido útiles para mantener la operatividad de su negocio?
		Impuestos y contribuciones	¿Considera que los impuestos y contribuciones que paga su negocio son elevados en comparación con otros gastos operativos?

Nota: El cuadro representa la matriz de instrumentos de la variable 01

Anexo 04: Matriz de instrumentos de la variable 02

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Fijación de precio	Costo actual/ valor	Costo de adquisición	¿Revisa con frecuencia el costo de adquisición de sus productos antes de fijar su precio?
		Variación de existencias	¿En qué medida considera las variaciones en las existencias de productos al decidir si mantener o aumentar los precios?
		Costos vinculados con las compras	¿Con frecuencia revisa los costos de compra para asegurarse de que sus márgenes de ganancia sean adecuados?
		Valor de mercado	¿Evalúas regularmente los precios de tus competidores para determinar el valor de mercado de tus productos?
	Valor de mercado	Costo de oportunidad	Cuando establece los precios, ¿siempre evalúa si los ingresos generados son mayores que los costos de oportunidad de no vender otros productos?
		Condiciones del entorno	¿Siempre toma en cuenta la percepción del valor de los productos por parte de los clientes al fijar el precio?
		Competencia	¿Con frecuencia considera los precios de la competencia al fijar el precio de sus productos?
	Precio	Promociones	¿Promociona descuentos en sus productos de forma regular para incentivar las compras?
		Descuentos	¿Cuándo establece los precios, considera aplicar descuentos como una táctica para competir con otros comercios?

Nota: El cuadro representa la matriz de instrumentos de la variable 02