

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Contabilidad

Tesis

**Factores determinantes de la diferencia en el ingreso
por ventas en las empresas Hotel Presidente y
Andina - Cusco**

Marcia Gonzales Sosa

Para optar el Título Profesional de
Contador Público

Huancayo, 2021

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTOS.....	3
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	4
ÍNDICE DE TABLAS.....	8
ÍNDICE DE FIGURAS.....	9
RESUMEN.....	12
ABSTRACT.....	13
INTRODUCCIÓN.....	14
CAPÍTULO I.....	16
PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO.....	16
1.1. Delimitación de la investigación.....	16
1.1.1 Territorial.....	16
1.1.2 Temporal.....	16
1.1.3 Conceptual.....	16
1.2. Planteamiento del problema.....	16
1.3. Formulación del problema.....	19
1.3.1 Problema general.....	19
1.4. Objetivos de la investigación.....	19
1.4.1 Objetivo general.....	19
1.4.2 Objetivos específicos.....	19
1.5. Justificación de la investigación.....	19
1.5.1 Justificación teórica.....	19

1.5.2	Justificación práctica	20
CAPÍTULO II.....		21
MARCO TEÓRICO		21
2.1	Antecedentes de la investigación	21
2.1.1	Artículos científicos.....	21
2.1.2	Tesis nacionales e internacionales	22
2.2	Bases teóricas.....	24
2.2.1	Ingresos por Ventas	24
2.2.2	Factores determinantes en el ingreso por ventas	27
2.3	Definición de términos básicos	32
CAPÍTULO III		34
HIPÓTESIS Y VARIABLES		34
3.1	Hipótesis	34
3.1.1	Hipótesis general	34
3.2	Identificación de las variables.....	34
3.3	Operacionalización de las variables.....	34
CAPÍTULO IV		35
METODOLOGÍA.....		35
4.1	Enfoque de la investigación	35
4.2	Tipo de investigación.....	36
4.3	Nivel de investigación	36
4.4	Métodos de investigación	37

4.5	Diseño de investigación	37
4.6	Población y muestra.....	38
4.6.1	Unidad de análisis.....	38
4.6.2	Población	38
4.6.3	Muestra	39
4.7	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	41
4.8	Técnicas estadísticas de análisis de datos	42
CAPÍTULO V		43
RESULTADOS		43
5.1	Descripción del trabajo de campo.....	43
5.2	Presentación de resultados	44
5.2.1	Estadísticos descriptivos Hotel Andina	44
5.2.2	Estadísticos descriptivos Hotel Presidente	45
5.2.3	Determinación de la diferencia en el ingreso por ventas en las empresas Hotel Presidente y Andina.....	46
5.2.4	Descripción de los componentes del cuestionario: Hotel Andina	47
5.2.5	Descripción de los componentes del cuestionario: Hotel Presidente	58
5.2.6	Determinación de los factores determinantes de la diferencia en ventas: Hotel Andina.	69
5.2.7	Determinación de los factores determinantes de la diferencia en ventas: Hotel Presidente.....	70
5.2.8	Tablas comparativas del Hotel Presidente y Andina.....	71

5.3	Contrastación de hipótesis	72
5.4	Discusión de los resultados	72
	CONCLUSIONES	76
	RECOMENDACIONES	77
	REFERENCIAS	78
	APÉNDICES	80
-	Matriz de consistencia	81
-	Otros	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Estadísticos descriptivos del ingreso por ventas Hotel Andina.</i>	44
Tabla 2. <i>Estadísticos descriptivos del ingreso por ventas Hotel Presidente</i>	45
Tabla 3. <i>Ingreso por ventas en promedio de las empresas Andina y Presidente.</i>	46
Tabla 4. <i>Ingreso por ventas y capacidad de alojamiento.</i>	71
Tabla 5. <i>Porcentaje de factores determinantes de la diferencia en ingreso por ventas.</i> ..	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Histograma del ingreso por ventas Hotel Andina	44
Figura 2. Histograma del ingreso por ventas Hotel Presidente	45
Figura 3. Distribución de clientes según la recomendación que pueden hacer.	47
Figura 4. Distribución de clientes según calificación a la comodidad de las camas.	48
Figura 5. Distribución de clientes según calificación a la habitación (iluminación).....	48
Figura 6. Distribución de clientes según calificación a la habitación (artículos de tocador cuarto de baño)	49
Figura 7. Distribución de clientes según calificación a la habitación (estado de mobiliario)	49
Figura 8. Distribución de clientes según calificación a la habitación (limpieza)	50
Figura 9. Distribución de clientes según calificación a las instalaciones (zona común).50	
Figura 10. Distribución de clientes según calificación a las instalaciones (recepción)...51	
Figura 11. Distribución de clientes según calificación a las instalaciones (restaurante).51	
Figura 12. Distribución de clientes según calificación a las instalaciones (seguridad)...52	
Figura 13. Distribución de clientes según calificación (ubicación del local).....52	
Figura 14. Distribución de clientes según calificación al servicio del personal (repcionista)	53
Figura 15. Distribución de clientes según calificación al servicio del personal (limpieza)	53
Figura 16. Distribución de clientes según calificación al servicio del personal (camareros restaurante)	54
Figura 17. Distribución de clientes según calificación al servicio del personal (botones)	54
Figura 18. Distribución de clientes según calificación (servicio de habitación).....	55

Figura 19. Distribución de clientes según calificación (servicio de internet)	55
Figura 20. Distribución de clientes según la pregunta ¿Ha estado en nuestro hotel antes?	56
Figura 21. Distribución de clientes según la pregunta ¿Ha estado en algún otro hotel de nuestra cadena?.....	56
Figura 22. Distribución de clientes según la pregunta ¿Por qué eligió nuestro hotel para su estancia?.....	57
Figura 23. Distribución de clientes según la pregunta ¿cómo calificaría a nuestro hotel en forma global?.....	57
Figura 24. Distribución de clientes según la recomendación al hotel presidente.....	58
Figura 25. Distribución de clientes según calificación a la habitación (comodidad de camas).....	58
Figura 26. Distribución de clientes según calificación a la habitación (iluminación).....	59
Figura 27. Distribución de clientes según calificación a la habitación (artículos de tocador cuarto de baño)	59
Figura 28. Distribución de clientes según calificación a la habitación (estado de mobiliario)	60
Figura 29. Distribución de clientes según calificación a la habitación (limpieza)	60
Figura 30. Distribución de clientes según calificación a las instalaciones (zona común)	61
Figura 31. Distribución de clientes según calificación a las instalaciones (recepción)...	61
Figura 32. Distribución de clientes según calificación a las instalaciones (restaurante).	62
Figura 33. Distribución de clientes según calificación a las instalaciones (seguridad)...	62
Figura 34. Distribución de clientes según calificación a instalaciones (ubicación de local)	63

Figura 35. Distribución de clientes según calificación servicio de personal (repcionista)	63
Figura 36. Distribución de clientes según calificación del servicio de personal (personal de limpieza)	64
Figura 37. Distribución de clientes según la calificación del servicio de personal (camareros restaurante)	64
Figura 38. Distribución de clientes según la calificación del servicio de personal (botones)	65
Figura 39. Distribución de clientes según la calificación de otros servicios (servicios de habitación)	65
Figura 40. Distribución de clientes según la calificación (centro de internet)	66
Figura 41. Distribución de clientes según la interrogante ¿Ha estado en nuestro local antes)	66
Figura 42. Distribución de clientes según la interrogante ¿Ha estado en algún otro hotel de nuestra cadena antes)	67
Figura 43. Distribución de clientes según la interrogante ¿Por qué eligió nuestro hotel para su estancia?	67
Figura 44. Distribución de clientes según la interrogante ¿Cómo calificaría nuestro hotel en forma global)	68
Figura 45. Factores que determinan en el ingreso por ventas – Hotel Andina	69
Figura 46. Factores que determinan en el ingreso por ventas – Hotel Presidente	70

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue determinar los factores determinantes de la diferencia en el ingreso por ventas en las empresas hoteleras Presidente y Andina del Cusco.

El método utilizado para la investigación fue inductivo, deductivo, análisis y síntesis. El tipo de estudio fue aplicada, de nivel descriptivo, el diseño es no experimental-longitudinal, la unidad de análisis es un ingreso por venta mensual de los años 2015 al 2019, aplicando: la técnica de análisis documental, cuyo instrumento un cuaderno de apuntes, y una encuesta a los clientes de la empresa que tienen mayor ingreso por ventas, aplicando como instrumento un cuestionario de preguntas.

Los resultados que se obtuvieron en la investigación muestran que el ingreso por ventas en promedio del Hotel Presidente es mayor a la del Hotel Andina; de la encuesta realizada a los clientes, se obtuvieron resultados que determinan los factores que predominan en la diferencia de ingresos por ventas que tienen ambas empresas, siendo las características de seguridad, ubicación del hotel, comodidad de las camas, servicio de los botones y limpieza de las habitaciones; el primero de ellos fue el factor determinante por la que los clientes prefieren alojarse en el Hotel Presidente.

La conclusión obtenida fue que el factor determinante que provoca mayor ingreso por ventas para el Hotel Presidente es la seguridad, esto debido a que el Hotel Presidente está ubicado en una zona céntrica, segura y frente a la comisaría de la policía, lo que le da mayor confiabilidad en cuanto a seguridad y acceso por contar también con variedad de negocios alrededor del hotel permitiendo a los clientes desplazarse en el sector sin necesidad de visitar otras zonas.

ABSTRACT

The objective of this investigation was to decide the difference and the determining factors in sales revenue of the following companies, Presidente Hotel and Andina Hotel both from Cusco.

The method used for the research was inductive, deductive, analysis and synthesis. The type of study was applied, descriptive level, the design is non-experimental-longitudinal, the unit of analysis is an income per monthly sale from 2015 to 2019, applying: the documentary analysis technique, whose instrument is a notebook, and a survey of the company's clients with the highest sales income, applying a questionnaire as an instrument.

The results obtained in the investigation show that the average sales income of the Hotel Presidente is higher than that of the Andina Hotel; The results obtained from the customer survey determine the factors that predominate in the difference in sales income that both companies have, being the characteristics of: security, hotel location, comfort of the beds, bell service and cleanliness of the rooms. bedrooms; The first one was the determining factor why clients prefer to stay at the Presidente Hotel.

The conclusion was that the determining factor that causes the highest revenue from sales for the Presidente Hotel is security, this is due to the fact that the Presidente Hotel is located in a central, secure area and is in front of the police station, which gives it greater reliability in terms of security and access because it also has a variety of businesses around the hotel allowing customers to move around the area without having to visit other areas.