



**UNIVERSIDAD ANDINA**

**NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**



**COSTO DE SERVICIOS EN EL PRECIO DE MANTENIMIENTO  
DE MOTOS DE LA EMPRESA SERVIMOTOS  
PUMA 2024**

**TESIS PRESENTADA POR:**

**Bach. TANIA GLENY PUMA CATACORA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
CONTADOR PÚBLICO**


**JULIACA - PERÚ**


**2024**





**UNIVERSIDAD ANDINA**  
**NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ**  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**  
**COSTO DE SERVICIOS EN EL PRECIO DE MANTENIMIENTO**  
**DE MOTOS DE LA EMPRESA SERVIMOTOS**  
**PUMA 2024**

**TESIS PRESENTADA POR:**  
**Bach. TANIA GLENY PUMA CATACTORA**  
**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
**CONTADOR PÚBLICO**  
**APROBADA POR EL JURADO REVISOR:**

**PRESIDENTE** :   
Dra. BERTHA BEJAR PARRA

**PRIMER MIEMBRO** :   
Dr. HILARIO CONDORI MAMANI

**SEGUNDO MIEMBRO** :   
Dr. JESUS MAMANI MAMANI

**ASESOR DE TESIS** :   
Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN** : ECONOMÍA SECTORIAL – P15

**RESOLUCIÓN N° 694-2024-D-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 21 de noviembre del 2024

**VISTOS:** El Expediente N° CU – 17051 presentado por el (la) Bachiller: **PUMA CATACORA TANIA GLENY**, quien **solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación**, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulada: **COSTO DE SERVICIOS EN EL PRECIO DE MANTENIMIENTO DE MOTOS DE LA EMPRESA SERVIMOTOS PUMA 2024**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad

**CONSIDERANDO:**

**Que**, de conformidad con el artículo 8°, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado.

**Que**, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

**Y estando**, la opinión favorable de la Directora de la Unidad de Investigación y la Decana de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y las atribuciones que confiere el artículo 28° del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

**SE RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO: DECLARAR APTO** para la sustentación presencial del informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) el (la) bachiller: **PUMA CATACORA TANIA GLENY**, sorteo de jurado de la Tesis titulada: **COSTO DE SERVICIOS EN EL PRECIO DE MANTENIMIENTO DE MOTOS DE LA EMPRESA SERVIMOTOS PUMA 2024**, para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO** en virtud de los considerandos expuestos.

**ARTÍCULO SEGUNDO: NOMINAR JURADOS** para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

Presidente	: Dra. BERTHA BEJAR PARRA
1er Miembro	: Dr. HILARIO CONDORI MAMANI
2do Miembro	: Dr. JESUS MAMANI MAMANI
Asesor	: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

**ARTÍCULO TERCERO.- PROGRAMAR FECHA Y HORA** de sustentación como se detalla:

Lugar	: Salón de Grados de la FCCF
Fecha	: MARTES, 26 de noviembre del 2024
Hora	: 10:30 a.m.

**ARTÍCULO CUARTO.- DISPONER** que la comisión de Grados y Títulos de la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

**DISTRIBUCIÓN:**

- Jurados	(3)
- Interesados	(1)
- Archivo	(1)

UNIVERSIDAD ANDINA  
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZDra. BERTHA BEJAR PARRA  
Decana (a) de la Facultad de Ca.  
Contables y Financieras

**RESOLUCIÓN N° 575-2024-DUI-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 17 de octubre del 2024

**Visto:** el Expediente N° 2024-CU-14409 de fecha 05 de octubre del 2024, del **Bach. PUMA CATACTORA TANIA GLENY**, quien solicita Revisión de Informe Final de la Investigación (Borrador de Tesis) y el Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de **Contabilidad**.

**CONSIDERANDO:**

**Que**, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

**Que**, el (la) Bach. **PUMA CATACTORA TANIA GLENY**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **COSTO DE SERVICIOS EN EL PRECIO DE MANTENIMIENTO DE MOTOS DE LA EMPRESA SERVIMOTOS PUMA 2024**, asimismo fue aprobado para su ejecución de informe final (borrador de tesis) con **RESOLUCIÓN N°408-2024-DUI-FCCF-UANCV-J**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, y

**Que**, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

**Que**, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación.

**Que**, la Directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad, corroboro la propuesta del (a) **ASESOR (a) Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

**Estando**, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

**SE RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS)** para la **REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN**, del tema: **COSTO DE SERVICIOS EN EL PRECIO DE MANTENIMIENTO DE MOTOS DE LA EMPRESA SERVIMOTOS PUMA 2024**, presentado por el (la) Bachiller: **PUMA CATACTORA TANIA GLENY**, para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, en virtud de los considerandos expuestos.

**ARTÍCULO SEGUNDO: RATIFICAR** como **ASESOR(a)** al: **Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**

**ARTÍCULO TERCERO: DISPONER** que la Facultad, secretarías académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

**DISTRIBUCIÓN:**

- Interesados (1)  
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA  
"NESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"  
  
Dra. Yudy Huacani Sucasaca  
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE  
INVESTIGACIÓN FCCF

**RESOLUCIÓN N° 408-2024-DUI-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 03 de setiembre del 2024

**Visto:** el Expediente N° 2024-CU-9572 de fecha 25 de julio del 2024, en el cual solicita Revisión de Propuesta de Investigación y el **Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación"** que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de **Contabilidad**.

**CONSIDERANDO:**

**Que**, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. **PUMA CATACTORA TANIA GLENY**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación de titulado: **COSTO DE SERVICIOS EN EL PRECIO DE MANTENIMIENTO DE MOTOS DE LA EMPRESA SERVIMOTOS PUMA 2024**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, y

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación.

Que, la Directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad, corrobora la propuesta del (a) ASESOR (a) Dra. **YUDY HUACANI SUCASACA**, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

**SE RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO:** APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN titulado: **COSTO DE SERVICIOS EN EL PRECIO DE MANTENIMIENTO DE MOTOS DE LA EMPRESA SERVIMOTOS PUMA 2024**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, presentado por el (la) Bachiller. **PUMA CATACTORA TANIA GLENY**, en virtud de los considerados expuestos.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** RECONOCER como ASESOR(a) al (a): **Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**

**ARTÍCULO TERCERO:** DISPONER que la Facultad, secretarías académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

**DISTRIBUCIÓN:**

- Interesados (1)
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA  
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"  
  
Dra. Yudy Huacani Sucasaca  
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE  
INVESTIGACIÓN FCCF



## COSTO DE SERVICIOS EN EL PRECIO DE MANTENIMIENTO DE MOTOS DE LA EMPRESA SERVIMOTOS PUMA 2024

### INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

17%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

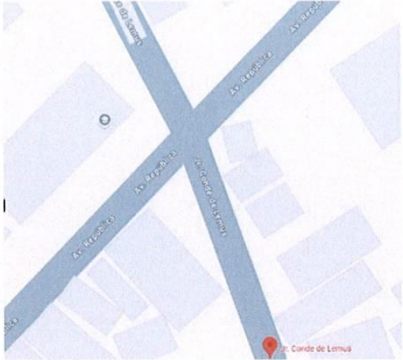
1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	4%
2	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	es.slideshare.net Fuente de Internet	1%
4	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	eprints.ucm.es Fuente de Internet	1%
6	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	www.shf.gob.mx Fuente de Internet	1%



### Metadatos Complementarios

COSTO DE SERVICIOS EN EL PRECIO DE MANTENIMIENTO DE MOTOS DE LA EMPRESA SERVIMOTOS PUMA 2024	
<b>Datos de autor</b>	
Nombres y apellidos	TANIA GLENY PUMA CATACTORA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	76202807
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0009-0006-0645-3790">https://orcid.org/0009-0006-0645-3790</a>
<b>Datos de asesor</b>	
Nombres y apellidos	YUDY HUACANI SUCASACA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	40673820
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0009-0008-3275-5586">https://orcid.org/0009-0008-3275-5586</a>
<b>Datos del jurado</b>	
<b>Presidente del jurado</b>	
Nombres y apellidos	BERTHA BEJAR PARRA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02387777
<b>Miembro del jurado 1</b>	
Nombres y apellidos	HILARIO CONDORI MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02385723
<b>Miembro del jurado 2</b>	
Nombres y apellidos	JESUS MAMANI MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02425043



Datos de investigación	
Línea de investigación	Económica Sectorial – P15
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	<p>País: Perú  Departamento: Puno  Provincia: El Collao  Distrito: Ilave</p> <p>Latitud: -16.081417  Longitud: -69.6389429  <a href="https://maps.app.goo.gl/qGZzKN7py7zyuFS_e6">https://maps.app.goo.gl/qGZzKN7py7zyuFS_e6</a></p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Setiembre 2024 - noviembre 2024
URL de disciplinas OCDE <a href="https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html">https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html</a> - Librería	<b>Ciencias Sociales</b> <a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00</a> <b>Economía</b> <a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.01">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.01</a>

UNIVERSIDAD ANDINA  
"NESTOR CACERES VELASCO"  
Dra. Yudy Huacasa Bucasua  
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE  
INVESTIGACIÓN FCCF



### DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo TANIA GLENY PUMA CATAORA, identificado con DNI Nro. 76202807 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional**
- Programa de Segunda Especialidad,**
- Programa de Maestría o Doctorado**

E.A.P. CONTABILIDAD

informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación,  Trabajo Académico denominada:

COSTO DE SERVICIOS EN EL PRECIO DE MANTENIMIENTO  
DE MOTOS DE LA EMPRESA SERVIMOTOS PUMA 2024

Asesorado por: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 28 de NOVIEMBRE del 2024

[Handwritten Signature]  
FIRMA (obligatoria)



Huella



## DEDICATORIA

Al Altísimo todo Poderoso, quien es mi guía, fortaleza, por darme la oportunidad de vivir, el ser y la sabiduría; siempre me ha ayudado a seguir adelante en todo momento.

A mis queridos padres Daniel Puma y Berta Catacora, que siempre me apoyaron incondicionalmente, su confianza para seguir adelante e impulsar el cumplimiento de mis metas, me han motivado con sus consejos a realizar uno de mis primeros sueños.

A mi hermano Eber Puma, por ser una persona importante en mi vida, mi exaltación para seguir adelante.



## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Universidad, por admitirme formar parte de la primera casa de estudios y por permitirme estudiar en la Escuela Profesional de Contabilidad, así como también a los diferentes docentes por compartir sus culturas, valores y su sustento para seguir adelante tras día que admitió mi evolución profesional.

A mi director y asesor Dra. Yudy Huacani Sucasaca quien no dudo en apoyarme y asesorarme en la elaboración del presente proyecto de investigación y por ende la culminación exitosa de esta tesis.



## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS .....	iv
ÍNDICE GENERAL .....	v
ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	x
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xii
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
INTRODUCCIÓN .....	xv

### CAPÍTULO I

#### ASPECTOS GENERALES

1.1. Descripción del problema.....	1
1.2. Formulación del problema.....	2
1.2.1. Problema general.....	2
1.2.2. Problemas específicos .....	2
1.3. Justificación .....	2
1.3.1. Justificación teórica .....	2
1.3.2. Justificación práctica .....	3
1.3.3. Justificación metodológica.....	3
1.4. Objetivos de la investigación.....	3
1.4.1. Objetivo general .....	3
1.4.2. Objetivos específicos .....	3
1.5. Hipótesis.....	4
1.5.1. Hipótesis general .....	4



1.5.2. Hipótesis específicas..... 4

1.6. Variables..... 4

1.6.1. Variable 1 ..... 4

1.6.2. Variable 2 ..... 4

1.6.3. Operacionalización de variables..... 5

**CAPÍTULO II**

**FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

2.1. BASES TEÓRICAS ..... 6

2.1.1. Costos..... 6

2.1.2. Clasificación de costos..... 6

2.1.2.1. Según su función ..... 6

2.1.2.2. Según la actividad ..... 7

2.1.2.3. Según el tiempo..... 8

2.1.2.4. Según su comportamiento ..... 8

2.1.2.5. Según el tiempo..... 8

2.1.3. Servicio de mantenimiento ..... 8

2.1.4. Precio ..... 9

2.1.5. Función del precio..... 9

2.1.6. Importancia del precio ..... 10

2.1.7. Objetivo del precio ..... 10

2.1.8. Importancia de la publicidad ..... 10

2.2. Definición de términos..... 11

**CAPÍTULO III**

**METODOLOGÍA**

3.1. Métodos de investigación..... 13



3.1.1. Método deductivo.....	13
3.1.2. Método analítico.....	13
3.2. Diseño de la investigación.....	13
3.3. Población y muestra.....	15
3.3.1. Población.....	15
3.3.2. Muestra.....	15
3.4. Validez y confiabilidad.....	16
3.5. Procesamiento y análisis de datos.....	16
3.6. Test de correlación Kendall.....	17
3.7. Prueba de hipótesis.....	17
3.7.1. Prueba de contraste.....	17

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Presentación, análisis e interpretación de resultados.....	18
4.1.1. Costos de servicio.....	18
4.1.2. Precio de mantenimiento de motos.....	37
4.2. Prueba de hipótesis.....	50
4.2.1. Estimación del supuesto 1.....	50
4.2.2. Prueba de hipótesis específica 2.....	52
4.2.3. Prueba de hipótesis específica 3.....	53
4.3. Discusión de resultados.....	56
CONCLUSIONES.....	57
RECOMENDACIONES.....	58
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	59
ANEXOS.....	61



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables ..... 5

Tabla 2 Población..... 15

Tabla 3 Muestra ..... 15

Tabla 4 ¿Ha recibido información oportuna sobre los costos de la mano de obra por el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? 18

Tabla 5 ¿El personal le explicó los problemas y soluciones ante un servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? ..... 20

Tabla 6 ¿Le parece razonable los costos de servicio que ofrece en mano de obra en el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? . 22

Tabla 7 ¿Le han ofrecido servicio particular a domicilio para retornar nuevamente para un servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? ..... 23

Tabla 8 ¿Le recuerdan que tienen accesorios para venta para el servicio de mantenimiento para volver a la empresa? ..... 25

Tabla 9 ¿Le recuerdan donde adquirir los accesorios para el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? ..... 27

Tabla 10 ¿Es frecuente el servicio de mantenimiento en reparación general de motocicletas (pistón, anillos, válvula, bujía), sistema eléctrico, cambio de aceite, mantenimiento de fajas, sistema de arrastre y afinamiento? ..... 29

Tabla 11 ¿Eventualmente, realiza recurre por un cambio de llantas, parchado de cámaras, cambio de sistema de arrastre (cadena, catalina, piñón), compra de accesorios, mantenimiento de motocicletas, compra de batería y compra de todo tipo de repuestos? ..... 31

Tabla 12 ¿El personal le promociona otros servicios a parte del servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? ..... 32



Tabla 13 ¿Le han recomendado por el precio a la empresa para el servicio de mantenimiento de motos? .....	34
Tabla 14 ¿Ha recibido información por medios de comunicación (TV, internet, Facebook, radio) o por recomendación para el servicio de mantenimiento de motos? .....	36
Tabla 15 ¿Está conforme con el precio de mantenimiento de motos? .....	37
Tabla 16 ¿Volvería para un nuevo servicio de mantenimiento de motos? .....	38
Tabla 17 ¿Le han recomendado por el precio a la empresa para el servicio de mantenimiento de motos? .....	41
Tabla 18 ¿Ha recibido información sobre los precios del servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? .....	43
Tabla 19 ¿Ha solicitado rebaja por el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? .....	45
Tabla 20 ¿Es frecuente el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? .....	47
Tabla 21 ¿Volvería para recibir otros servicios de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? .....	49
Tabla 22 Significancia de la influencia de los costos de servicios de mano de obra en el precio de mantenimiento.....	51
Tabla 23 Significancia de la influencia de los costos frecuentes y eventuales en el precio de mantenimiento .....	53
Tabla 24 Significancia de la influencia de los costos de servicios de mano de obra en el precio de mantenimiento.....	55



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Costos directos e indirectos..... 7

Figura 2 Precio y cantidad de demanda ..... 9

Figura 3 ¿Ha recibido información oportuna sobre los costos de la mano de obra por el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? 19

Figura 4 ¿El personal le explicó los problemas y soluciones ante un servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? ..... 20

Figura 5 ¿Le parece razonable los costos de servicio que ofrece en mano de obra en el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? ..... 22

Figura 6 ¿Le han ofrecido servicio particular a domicilio para retornar nuevamente para un servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? ..... 23

Figura 7 ¿Le recuerdan que tienen accesorios para venta para el servicio de mantenimiento para volver a la empresa? ..... 25

Figura 8 ¿Le recuerdan donde adquirir los accesorios para el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? ..... 27

Figura 9 ¿Es frecuente el servicio de mantenimiento en reparación general de motocicletas (pistón, anillos, válvula, bujía), sistema eléctrico, cambio de aceite, mantenimiento de fajas, sistema de arrastre y afinamiento? ..... 29

Figura 10 ¿Eventualmente, realiza recurre por un cambio de llantas, parcheado de cámaras, cambio de sistema de arrastre (cadena, catalina, piñón), compra de accesorios, mantenimiento de motocicletas, compra de batería, compra de todo tipo de repuestos?..... 31



Figura 11 ¿El personal le promociona otros servicios a parte del servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? .....	32
Figura 12 ¿Le han recomendado por el precio a la empresa para el servicio de mantenimiento de motos? .....	34
Figura 13 ¿Ha recibido información por medios de comunicación (TV, internet, Facebook, radio) o por recomendación para el servicio de mantenimiento de motos? .....	36
Figura 14 ¿Está conforme con el precio de mantenimiento de motos? .....	38
Figura 15 ¿Volvería para un nuevo servicio de mantenimiento de motos? .....	40
Figura 16 ¿Le han recomendado por el precio a la empresa para el servicio de mantenimiento de motos? .....	41
Figura 17 ¿Ha recibido información sobre los precios del servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? .....	43
Figura 18 ¿Ha solicitado rebaja por el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? .....	45
Figura 19 ¿Es frecuente el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? .....	47
Figura 20 ¿Volvería para recibir otros servicios de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma? .....	49



## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia .....	62
Anexo 2 Encuesta .....	63
Anexo 3 Datos sistematizados .....	66
Anexo 4 Validación de instrumento.....	70
Anexo 5 Vista fotográfica de Servimotos .....	71



## RESUMEN

La finalidad del estudio es explicar de qué manera influyen los costos de servicios en el precio de mantenimiento de motos de la Empresa Servimotos Puma 2024. La metodología utiliza un tamaño de muestra de 94 encuestados demostrándose confiabilidad en el Alpha de Cronbach de 0.89, método deductivo, no experimental e investigación aplicada cuantitativa. Los servicios que presta frecuentemente son: reparación general de motocicletas (pistón, anillos, válvula, bujía), sistema eléctrico, cambio de aceite, mantenimiento de fajas, sistema de arrastre y afinamiento y de manera eventual se prestan servicios de cambio de llantas, parchado de cámaras, cambio de sistema de arrastre (cadena, catalina, piñón), compra de accesorios, mantenimiento de motocicletas, compra de batería y compra de todo tipo de repuestos. Los resultados de correlación de Kendall demuestran que los costos de servicios de mano de obra influyen significativamente en el precio de mantenimiento con un  $\rho < 0.01$ . Se evidenció que los costos de servicios frecuentes y eventuales influyen significativamente en el precio de mantenimiento siendo  $\rho < 0.01$ . Por último, se comprobó que existe influencia significativa de los costos de servicios en publicidad en el precio de mantenimiento resultando  $\rho < 0.01$ . Se concluye que, los costos de servicios influyen significativamente en el precio de mantenimiento de motos considerando que existen variaciones dependiendo la estacionalidad del año.

**Palabras clave:** Costos, mantenimiento, precio, empresa.



## ABSTRACT

The purpose of the study is to explain how service costs influence the price of motorcycle maintenance. The methodology uses a sample size of 94 respondents demonstrating reliability in Cronbach's Alpha of 0.89, a deductive, non-experimental method and quantitative applied research. The services frequently provided are: general motorcycle repair (piston, rings, valve, spark plug), electrical system, oil change, belt maintenance, drive system and tune-up and occasionally tire change services, tube patching, drive system change (chain, sprocket, sprocket), purchase of accessories, motorcycle maintenance, battery purchase and purchase of all types of spare parts. The Kendall correlation results show that labor service costs significantly influence the maintenance price with a  $p < 0.01$ . It was evidenced that the costs of frequent and occasional services significantly influence the maintenance price being  $p < 0.01$ . Finally, it was found that there is a significant influence of the costs of advertising services on the maintenance price, resulting in  $p < 0.01$ . It is concluded that service costs significantly influence the price of motorcycle maintenance, considering that there are variations depending on the seasonality of the year.

**Keywords:** Costs, maintenance, price, company.



## INTRODUCCIÓN

Hoy en día la contabilidad de costos es crucial para la toma de decisiones de estrategia gerencial, minimización de costos, control, evaluación, planeación y estimación de pronósticos de la producción, comercialización y financiamiento (Sinisterra y Rincón, 2018). La contabilidad de costos provee información de apoyo para la dirección de las operaciones de la empresa (García, 2014). En un mercado competitivo el manejo de costos y precio afecta de manera directa al volumen de producción (p. 14). Cuanto más elevado es el precio de un producto mucho menor será la cantidad adquirida, y viceversa. Por ello, es importante definir los costos para obtener información oportuna y confiable para la toma de decisiones sobre el precio.

Las decisiones de la empresa dependen de la información acumulada en costos, estados financieros, ventas y financiamiento para mejorar resultados operativos y financieros siempre propiciando la mejora continua. Un aspecto que las empresas deben priorizar es la planeación de utilidades para proyectar futuras inversiones (García, 2014).

La Empresa Servimotos Puma viene ofreciendo servicios de mantenimiento de motos utilizando la mano de obra para el servicio diario lo cual está ligado a la comunicación de boca a boca que no tiene costo alguno de hecho es la más poderosa para lograr crecimiento empresarial (Solomon, 2008). De allí, la importancia de asumir costos detallados de mano de obra, determinando el precio adecuado y los costos en publicidad pagada en sitios web o en medios de comunicación local por los impactos inmediatos para incrementar las utilidades.



## CAPÍTULO I

### ASPECTOS GENERALES

#### 1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El factor humano es el motor de toda empresa e influye determinantemente en el crecimiento de la empresa (García, 2014, p. 74). Los consumidores a nivel global esperan cada vez mejores servicio y marcas (Hayes et al., 2022). Las empresas se esfuerzan en prestar mayor atención en el servicio para equilibrar las ganancias comerciales.

Hoy en día, la comunicación y los medios publicitarios juegan un rol importante para atraer a más clientes y han registrado un drástico cambio por su componente digital más dinámico lo que reconfigura la estrategia publicitaria (Tuesta, 2023). Existe mayor visibilidad de marcas por la inversión publicitaria. Después de la pandemia las empresas optimizaron sus procesos y costos priorizando canales de publicidad digital. Sin embargo, existe publicidad de las empresas por adoptar un componente mix el digital y el tradicional, liderando la televisión como un medio masivo e importante.

Las empresas tienen limitaciones para controlar sus costos, estados financieros y financiamiento, afecta a la toma de decisiones de inversión y crecimiento. En cuanto al servicio de mantenimiento de motos de la Empresa Servimotos Puma ubicado en la ciudad de Ilave – El Collao se carece de la



utilización de administración de costos de mano de obra, precios y costos en publicidad que son fundamental para el logro de metas. Existen dificultades en fortalecer los costos por el servicio de mantenimiento, precio y costos de publicidad tienen incidencia en la inadecuada calidad de servicio. El esfuerzo humano interviene directamente en el servicio de mantenimiento de motos, las obligaciones de salario oportunas son importantes, así como las relaciones con el cliente. Sin embargo, no se les recuerda acerca de los nuevos servicios o productos. Estas limitaciones no permiten el crecimiento rápido del negocio.

## 1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

### 1.2.1. Problema general

¿De qué manera influyen los costos de servicios en el precio de mantenimiento de motos de la Empresa Servimotos Puma 2024?

### 1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cómo influyen los costos de servicios de mano de obra en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?
- b) ¿Son significativos los costos de servicios frecuentes y eventuales en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?
- c) ¿Existe influencia de los costos de servicios en publicidad en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?

## 1.3. JUSTIFICACIÓN

### 1.3.1. Justificación teórica

Hoy en día todo está en constante cambio siendo vital el manejo de información de costos y precios para la toma de decisiones es aquí donde la teoría de costos juega un rol importante para plantear la postura de la

investigación cuyo manejo eficiente permite estimular la capacidad productiva y aportar al crecimiento económico del país.

### **1.3.2. Justificación práctica**

La meta de toda empresa es administrar los costos eficientemente para lograr beneficios económicos para la empresa de allí la importancia de investigar a profundidad en un caso particular como es el mantenimiento de motos.

### **1.3.3. Justificación metodológica**

El enfoque utilizado es de corte cuantitativo con diseño no experimental bajo la aplicación de encuestas que permite recoger datos para la estimación de estadísticos y demostración final del supuesto.

## **1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Objetivo general**

Explicar de qué manera influyen los costos de servicios en el precio de mantenimiento de motos de la Empresa Servimotos Puma 2024.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- a) Explicar cómo influyen los costos de servicios de mano de obra en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma.
- b) Analizar si son significativos los costos de servicios frecuentes y eventuales en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma.
- c) Determinar si existe influencia de los costos de servicios en publicidad en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma.



## 1.5. HIPÓTESIS

### 1.5.1. Hipótesis general

Los costos de servicios influyen significativamente en el precio de mantenimiento de motos de la Empresa Servimotos Puma 2024.

### 1.5.2. Hipótesis específicas

- a) Los costos de servicios de mano de obra influyen significativamente en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma.
- b) Los costos de servicios frecuentes y eventuales influyen significativamente en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma.
- c) Existe influencia significativa de los costos de servicios en publicidad en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma.

## 1.6. VARIABLES

### 1.6.1. Variable 1

Costos de servicios

### 1.6.2. Variable 2

Precio de mantenimiento

### 1.6.3. Operacionalización de variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de variables*

Variables	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Recolección
Variable 1 Costos de servicio	Expresa el valor monetario a cambio de la entrega de un servicio (García, 2018, p. 9)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Costos de mano obra</li> <li>✓ Costos frecuentes y eventuales</li> <li>✓ Costos de publicidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Información oportuna de costos de mano de obra</li> <li>✓ Personal explica los problemas y soluciones de mantenimiento</li> <li>✓ Costos razonables</li> <li>✓ Servicio particular</li> <li>✓ Accesorio para venta</li> <li>✓ Información de precios del servicio</li> <li>✓ Frecuencia del mantenimiento</li> <li>✓ Eventualidad del servicio de mantenimiento</li> <li>✓ Promoción del servicio</li> <li>✓ Recomendaciones del precio</li> <li>✓ Información por medios de comunicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Encuesta</li> </ul>
Variable 2 Precio de mantenimiento	Es el valor monetario de un bien (García, 2014; Gitman y Zutter (2012).	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Precio de servicio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conformidad en el precio</li> <li>✓ Nuevos servicios</li> <li>✓ Recomendaciones frente al precio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Encuesta</li> </ul>

*Nota:* Criterio de autor.



## CAPÍTULO II

### FUNDAMENTOS TEÓRICOS

#### 2.1. BASES TEÓRICAS

##### 2.1.1. Costos

Es la representación de cargos asociados a la compra de bienes o prestación de servicios, representa el sacrificio medida en unidades monetarias a cambio de un servicio o producto (García, 2018, p. 9; Fisher y Espejo, 2011, p. 144). Es la suma cuantitativa de esfuerzos que se realiza para lograr algo (Lazo, 2013, p. 25). Es parte de la porción del precio (Balada, 2005).

##### 2.1.2. Clasificación de costos

###### 2.1.2.1. Según su función

###### a. Costo de producción

###### ✓ Materia prima

Es lo que se utiliza como algo integrante en el producto acabado (García, 2018, p. 9; Lazo, 2013).

###### ✓ Mano de obra

Es el precio al trabajo o remuneración especializada o no, que se retribuye al personal que labora dentro de la planta de producción (Lazo, 2013, p. 52; Fisher y Espejo, 2011. p. 144).

###### ✓ Costos indirectos de fabricación

Es el costo que interviene como material indirecto, mano de obra indirecta, servicios públicos, alquileres, depreciación de máquina, combustible, entre otros (Fisher y Espejo, 2011, p. 144).

### b. Gastos de administración

Es asociada a la administración de la actividad como gestión administrativa, dirección, actividad financiera, legal, etc. (García, 2018; Balada, 2005).

### c. Gastos de venta

Es el gasto que comprende la actividad de venta como la publicidad, comercialización y distribución (Balada, 2005).

## 2.1.2.2. Según la actividad

### a. Costo directo

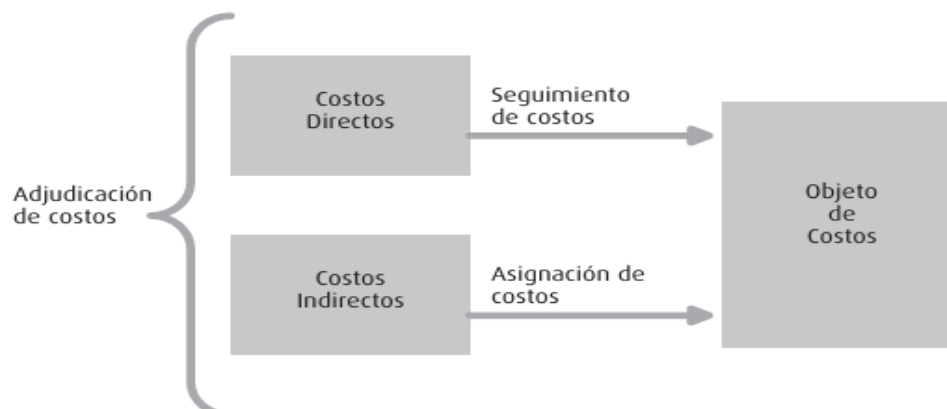
Es aquella que desempeña una actividad directamente, importante para la producción (García, 2018, p. 11; Lazo, 2013, p. 33; Fisher y Espejo, 2011, p. 144).

### b. Costo indirecto

No tiene claridad de la actividad (García, 2018, p. 11; Lazo, 2013, p. 33).

## Figura 1

*Costos directos e indirectos*



*Nota:* Lazo (2013, p. 33).



### 2.1.2.3. Según el tiempo

#### a. Costos históricos

Son aquellos que incurren dentro de un periodo determinado como los costos de productos que se venden (Balada, 2005).

#### b. Costos predeterminados

Se determinan por hecho físico y es característico y rutinario (Balada, 2005).

### 2.1.2.4. Según su comportamiento

#### a. Costos variables

Dependen del volumen producido por tal razón cambian en función al nivel de producción (Lazo, 2013, p.35; Fisher y Espejo, 2011. p. 144).

#### b. Costos fijos

Se mantienen fijos en un periodo establecido y están sujeto a depreciación dependiendo la producción de corto o mediano plazo (Lazo, 2013, p. 35; Fisher y Espejo, 2011, p. 144).

### 2.1.2.5. Según el tiempo

#### a. Frecuentes

Se destina costos periódicamente por rutina.

#### b. Eventuales

Solo se programa costos en situaciones ocasionales.

### 2.1.3. Servicio de mantenimiento

Es aquella que presta atención al cliente. Servimotos Puma ofrece los siguientes servicios de mantenimiento (Servimotos Puma, 2024):

1. Reparación general de motocicletas (pistón anillos, válvula, bujía)
2. Sistema eléctrico

### 3. Cambio de aceite

#### 2.1.4. Precio

Es el valor de cambio de un objeto en términos de una moneda, cuyo propósito es satisfacer una necesidad (Fisher y Espejo, 2011). Cuando los precios son aceptados por los clientes entonces es el adecuado. Si los clientes rechazan el precio entonces es prudente cambiarlo lo antes posible (p. 140).

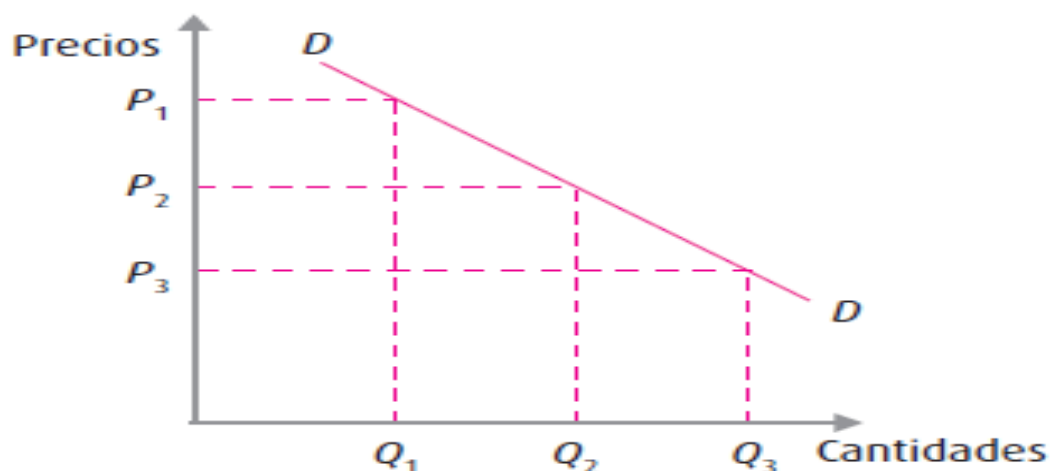
#### 2.1.5. Función del precio

Cumple las siguientes funciones (Fisher y Espejo, 2011):

- Es un indicador que regula el nivel de producción. Decidir cuanto producir depende de las reacciones que tiene el cliente frente al precio (p. 141).
- Es una agente que raciona y regula el consumo, ajusta la producción a las necesidades de consumo. Como lo establece la ley de demanda mientras más cantidad (Q) se adquiera en el mercado de un producto su precio reducirá (P) tal como se presenta en la figura 2.

#### Figura 2

*Precio y cantidad de demanda*



*Nota:* Fisher y Espejo (2011, p. 147).



- c. Se encarga de distribuir la producción desde salarios, utilidades, intereses y rentas.
- d. Con los precios y ganancias generadas por las empresas se desarrolla investigación para financiar la creación de nuevas tecnologías o servicios.

### **2.1.6. Importancia del precio**

Es importante por su efecto en las ventas, variaciones al alza generará mayores ingresos y viceversa (Fisher y Espejo, 2011, p. 141). Es determinante para las cantidades que se demanda, si se obtienen sustanciales ganancias las empresas podrán pagar más a sus trabajadores mejorándose el nivel de vida.

### **2.1.7. Objetivo del precio**

Determina una mayor o menor participación en el mercado, maximiza las utilidades, enfrenta o evita la competencia, estimula la penetración en el mercado, promociona la línea de productos, prevé la supervivencia del producto y estabiliza los precios (Fisher y Espejo, 2011, p. 142).

### **2.1.8. Importancia de la publicidad**

Es cualquier manera de comunicación (Kotler y Armstrong, 2012). Es la actividad que hace uso de diversas técnicas para persuadir, identificar y transmitir información por medios de comunicación (Fisher y Espejo, 2011). Pipoli (2020) define al marketing mix aquellas acciones que realiza la empresa para la satisfacción de necesidades del cliente, cuya meta es incrementar el volumen de ventas y la rentabilidad. La publicidad tiene por objetivos:

- a. Incentiva a la demanda.
- b. Provee información a los consumidores
- c. Recuerda el uso según patrones de consumo
- d. Influye en el uso del producto



e. Destaca los atributos del producto

f. Posiciona a la marca

Las posibilidades en la estrategia publicitaria pueden ser informativa, persuasiva y

a. Publicidad informativa

Es aquella que comunica al cliente, crea una imagen de marca y de la empresa, sugiere nuevas maneras de utilizar un producto, describe el servicio disponible y corrige impresiones falsas (Kotler y Armstrong, 2012).

b. Publicidad persuasiva

Crea marca, fomenta el cambio en función a la marca, cambia la percepción de los clientes, persuade a los clientes la compra, persuade visitas de ventas, convence a los clientes para que dialoguen con otros individuos.

c. Publicidad de recordatorio

Tiene el propósito de preservar las relaciones con los clientes, recuerda a los clientes sobre la necesidad de un producto en un futuro cercano desde donde adquirirlo y mantienen la marca en la mente de los consumidores en función a las temporadas.

## **2.2. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS**

**a. Costos**

Es un elemento crucial para la fijación del precio tiene la función de jerarquizar el orden de los productos dada la contribución de ganancias (Fisher y Espejo, p. 142; Polimeni et al., 1997, p. 45).

**b. Mano de obra directa**

Es el esfuerzo que desempeña la persona de manera física y se involucra en la fabricación de un producto (Polimeni et al., 1997).



### **c. Mano de obra**

Es la fuerza humana que ejerce para intervenir en un proceso de producción (García, 2018, p. 14).

### **d. Precio**

Es el valor del bien expresando en unidad monetaria (García, 2018, p. 14)



## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### 3.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

##### 3.1.1. Método deductivo

Es el razonamiento que busca premisas ciertas (Arias y Covinos, 2021). En la búsqueda de la verdad para demostrar se ha puesto en supuesto que los costos de servicios influyen significativamente en el precio de mantenimiento de motos.

##### 3.1.2. Método analítico

Utiliza la comprensión profunda y con razonamiento crítico (Arias y Covinos, 2021). El análisis del contenido del estudio tiene un criterio lógico para explicar de qué manera influyen los costos de servicios en el precio de mantenimiento de motos.

#### 3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

##### 3.2.1. Enfoque cuantitativo

Es una herramienta útil para encontrar una explicación la realidad de modo confiable, datos numéricos y flexibilidad estadística (Arias y Covinos, 2021). La tabulación de resultados explica con frecuencias porcentuales los costos de servicios y su influencia en el precio de mantenimiento de motos.



### **3.2.2. Diseño no experimental**

Es considerada como una observación natural por el análisis de datos con un comportamiento sin intervención (Arias y Covinos, 2021). La aplicación del instrumento tuvo un análisis con las observaciones sin alterar las respuestas de los encuestados.

### **3.2.3. Alcance correlacional**

Si bien mide el grado de dirección en la interpretación del coeficiente de correlación esta puede ser positiva o negativa (Arias y Covinos, 2021). Para la prueba de la influencia de costos de servicios en el precio de mantenimiento de motos los resultados reflejaron una relación con tendencia positiva.

### **3.2.4. Corte transversal**

El tiempo de recolección de data se recoge en un punto en el espacio (Arias y Covinos, 2021). La situación en que se recogieron los datos por medio de la encuesta para explicar la influencia de los costos de servicios en el precio de mantenimiento de motos fue un solo momento.

### **3.2.5. Investigación aplicada**

El conocimiento previo es originado a partir de la teoría y conocimiento del fenómeno dando una solución de practicidad (Arias y Covinos, 2021). La aplicación del conocimiento y solución al problema tiene implicancias para la toma de decisiones de la Empresa Servimotos Puma.

### 3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.3.1. Población

En promedio se realizan 15 servicios de mantenimiento de motos por día lo que hace un total de 450 servicios de distinta índole por mes, considerada como población que frecuenta para recibir un servicio de mantenimiento de motos (Empresa Servimotos Puma, 2024).

La ubicación de la Empresa Servimotos Puma es en el Jirón Conde de Lemus N° 398 a una cuadra del Mercado Central en el Barrio Ramón Castilla del Distrito e llave de la Provincia El Collao del Departamento de Puno.

**Tabla 2**

*Población*

Personal	Cantidad / Día	Cantidad Semana	/ Cantidad / Mes
Clientes	15	105	450
Total			450

*Nota:* Empresa Servimotos Puma (2024)

#### 3.3.2. Muestra

Dada la cantidad abundante de clientes de la Empresa Servimotos Puma se ha estimado el tamaño de muestra de 94 clientes para la aplicación del instrumento (tabla 3).

Tabla

**Tabla 3**

*Muestra*

N°	Cantidad
1	94

*Nota:* Elaboración Propia.

Son los mismos clientes definidos en la población, es aleatoria simple de tipo probabilístico.

Para el cálculo del tamaño de muestra finita se utiliza la fórmula de población finita:

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

Donde:

n: Es el tamaño de muestra

N: Es el total poblacional

Z: Es el nivel de confianza al 95%

e: Es el error

p: Es la probabilidad de ocurrencia del suceso

q: Es la probabilidad de no ocurrencia del suceso

La estimación procede a continuación:

$$n = \frac{450 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.09^2 * (450 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 94$$

La magnitud de tamaño muestral es de 94 clientes.

### 3.4. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

Dada la estimación de Alpha de Cronbach de 0.89 para la prueba de confiabilidad de los 18 ítems de preguntas se demostró elevada confiabilidad para su aplicación. A su vez el instrumento ha sido revisado por 2 expertos (anexo).

### 3.5. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

El propietario de la Empresa Servimotos Puma atiende en su propio domicilio el servicio de mantenimiento de motos el proceso de intervención del instrumento fue en el mismo establecimiento donde frecuentan los clientes.



### 3.6. TEST DE CORRELACIÓN KENDALL

Se aplica el test de Kendall para demostrar la significancia de los supuestos asociándolas a las variables de estudio evaluado en software estadístico.

### 3.7. PRUEBA DE HIPÓTESIS

#### 3.7.1. Prueba de contraste

Kendall se aprueba cuando:

✓ Ha: Existe significancia cuando  $\rho < 0.01$

Kendall se rechaza cuando:

✓ Ho: No existe significancia cuando un  $\rho > 0.01$

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

##### 4.1.1. Costos de servicio

##### 4.1.1.1. Dimensión costos de mano de obra

Los costos de la mano de obra son esenciales para el servicio adecuado de mantenimiento, tal es que las respuestas de los clientes en el 55% muestran conformidad, y el 12% están totalmente de acuerdo lográndose satisfacer en el 67% de un servicio eficiente (tabla 4).

**Tabla 4**

*¿Ha recibido información oportuna sobre los costos de la mano de obra por el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	30	31,9	31,9	31,9
De acuerdo	52	55,3	55,3	87,2
Totalmente de acuerdo	12	12,8	12,8	100,0
Total	94	100,0	100,0	

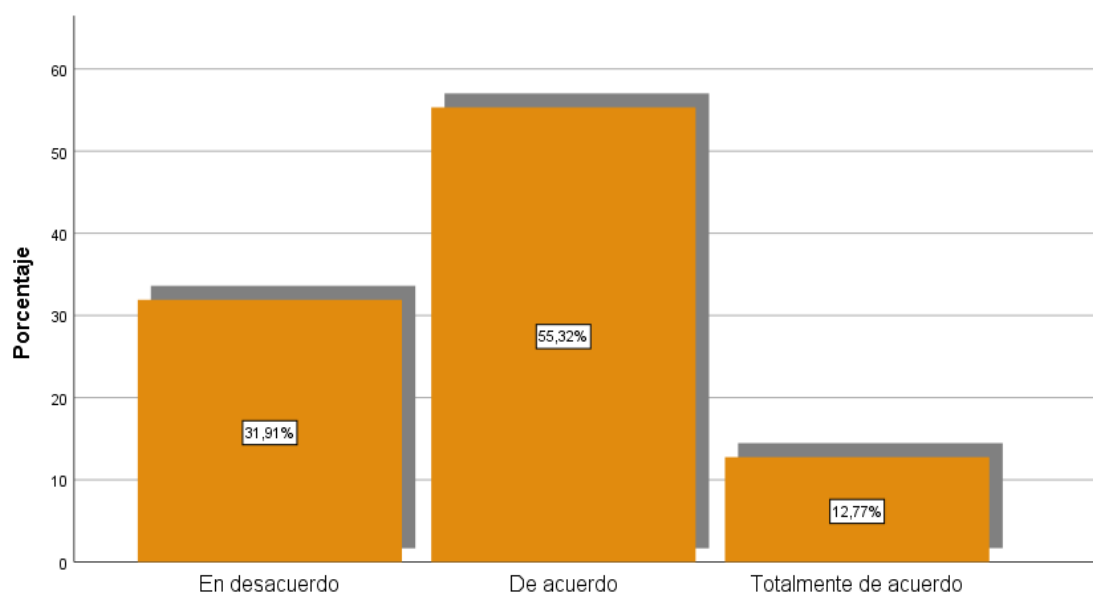
*Nota:* Deriva de encuesta.

El servicio de motos en la rutina diaria de la ciudad de Ilave es un medio de vida que es una herramienta para el traslado de los habitantes dentro del ámbito urbano como rural por lo que el mantenimiento es una rutina obligada para su funcionamiento.

La información es indispensable para contar con clientes fieles que aceptan los costos de mano de obra propuestos por los servicios de mantenimiento (figura 3).

**Figura 3**

*¿Ha recibido información oportuna sobre los costos de la mano de obra por el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*



*Nota:* Deriva de encuesta.

Las dificultades para asumir los costos de mantenimiento dependen de la comunicación sobre la identificación y solución frente a los servicios prestados. El 81% está de acuerdo con el servicio prestado y el 19% más aún está totalmente de acuerdo (tabla 5).

**Tabla 5**

*¿El personal le explicó los problemas y soluciones ante un servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*

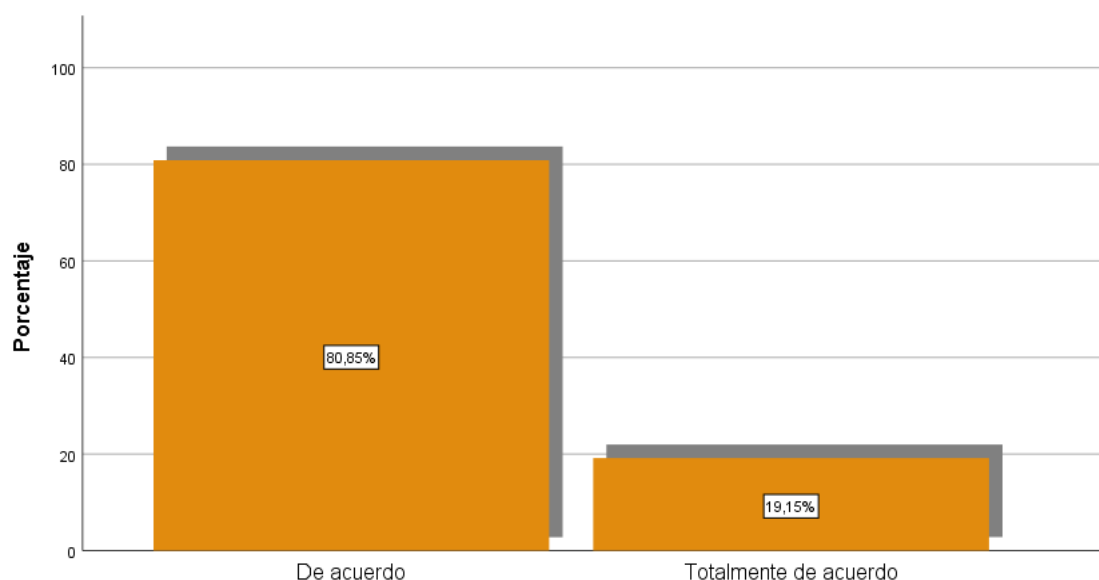
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	76	80,9	80,9	80,9
Totalmente de acuerdo	18	19,1	19,1	100,0
Total	94	100,0	100,0	

*Nota:* Deriva de encuesta.

Existe gran aceptación de los clientes con el servicio recibido por la solución eficiente ante cualquier problema de mantenimiento ya que el 100% de los clientes respondieron haber sido atendidos ante un problema (figura 4).

**Figura 4**

*¿El personal le explicó los problemas y soluciones ante un servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*



*Nota:* Deriva de encuesta.



Frente a los costos del servicio prestado el 94% respondió estar de acuerdo con los costos de mano de obra que pagan y el 6% totalmente de acuerdo (tabla 6).

**Tabla 6**

*¿Le parece razonable los costos de servicio que ofrece en mano de obra en el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*

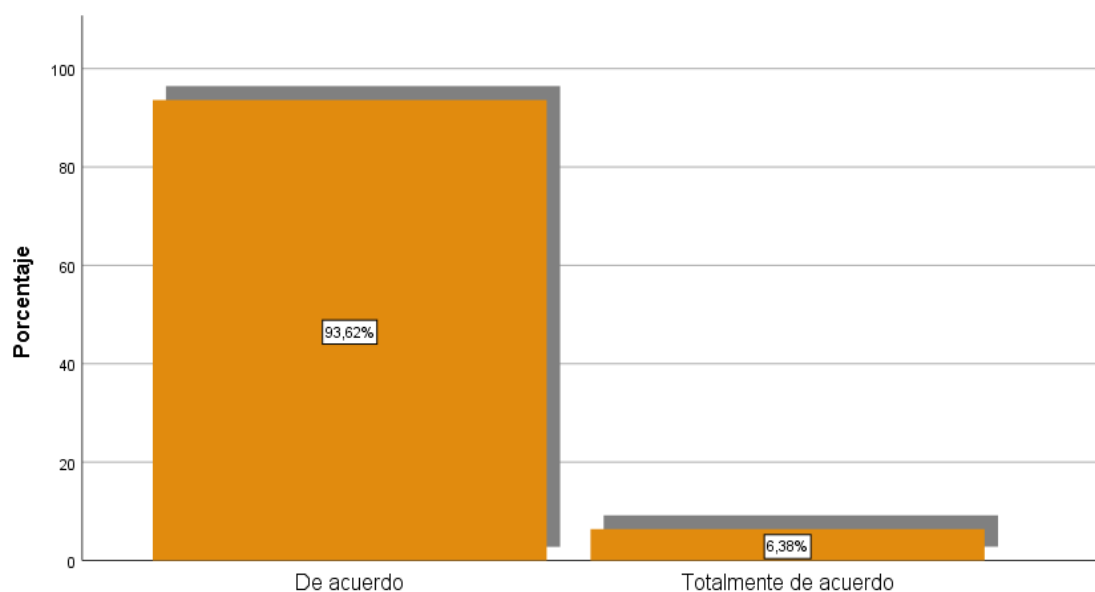
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	88	93,6	93,6	93,6
Totalmente de acuerdo	6	6,4	6,4	100,0
Total	94	100,0	100,0	

*Nota:* Deriva de encuesta.

El 100% considera que el servicio que prestan en el mantenimiento es razonable (figura 5).

**Figura 5**

*¿Le parece razonable los costos de servicio que ofrece en mano de obra en el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*



*Nota:* Deriva de encuesta.

### 4.1.1.2. Dimensión: Costos frecuentes y eventuales

No es usual el servicio de mantenimiento a domicilio. Las respuestas muestran en un 87% que no utilizan este tipo de servicio y el 13% es indiferente (tabla 7).

**Tabla 7**

*¿Le han ofrecido servicio particular a domicilio para retornar nuevamente para un servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*

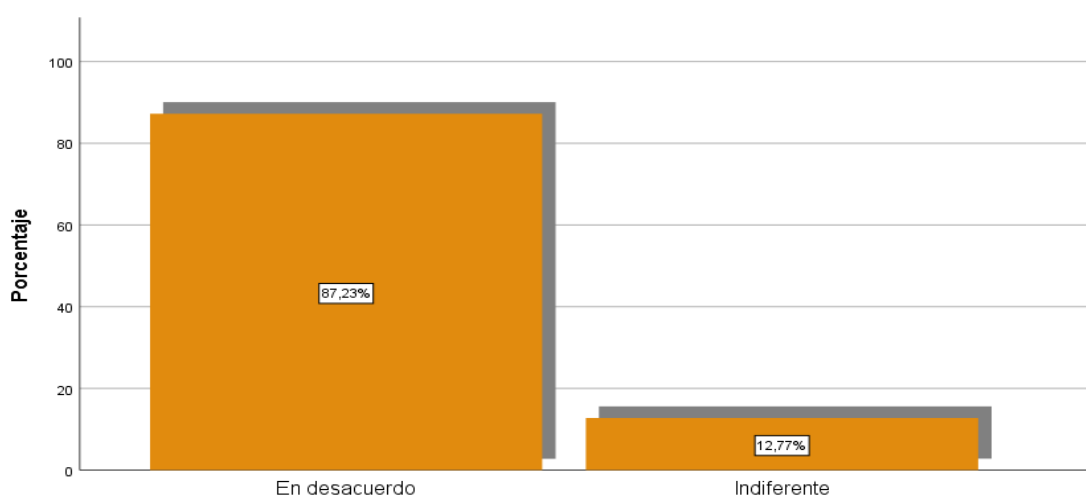
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	82	87,2	87,2	87,2
Indiferente	12	12,8	12,8	100,0
Total	94	100,0	100,0	

*Nota:* Deriva de encuesta.

El servicio que presta la Empresa Servimotos es en su mismo es poco casual el servicio a domicilio (figura 6).

**Figura 6**

*¿Le han ofrecido servicio particular a domicilio para retornar nuevamente para un servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*



*Nota:* Deriva de encuesta.



Además del servicio de mano de obra la empresa ofrece accesorios para el servicio de mantenimiento de motos (figura 7). El 81% indica estar de acuerdo con que se les recuerde los accesorios para adquirirlos por el limitado tiempo para la búsqueda en otras tiendas lo compran en el mismo lugar y el 19% muestra estar totalmente de acuerdo (tabla 8).

**Tabla 8**

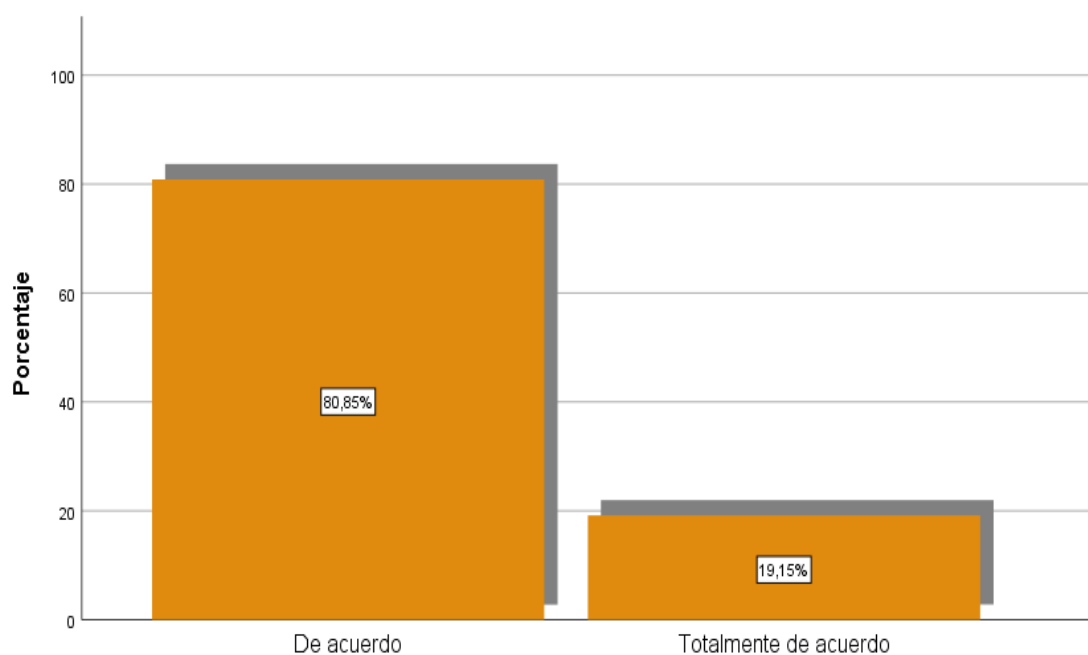
*¿Le recuerdan que tienen accesorios para venta para el servicio de mantenimiento para volver a la empresa?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	76	80,9	80,9	80,9
Totalmente de acuerdo	18	19,1	19,1	100,0
Total	94	100,0	100,0	

*Nota:* Deriva de encuesta.

**Figura 7**

*¿Le recuerdan que tienen accesorios para venta para el servicio de mantenimiento para volver a la empresa?*



*Nota:* Deriva de encuesta.



El 68% de los encuestados indican que les recuerdan donde adquirir los accesorios para el servicio de mantenimiento lo que les facilita la rapidez y buena atención. El 32% está totalmente de acuerdo o satisfecho sobre la facilidad de las indicaciones para la compra de accesorios (tabla 9).

**Tabla 9**

*¿Le recuerdan donde adquirir los accesorios para el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*

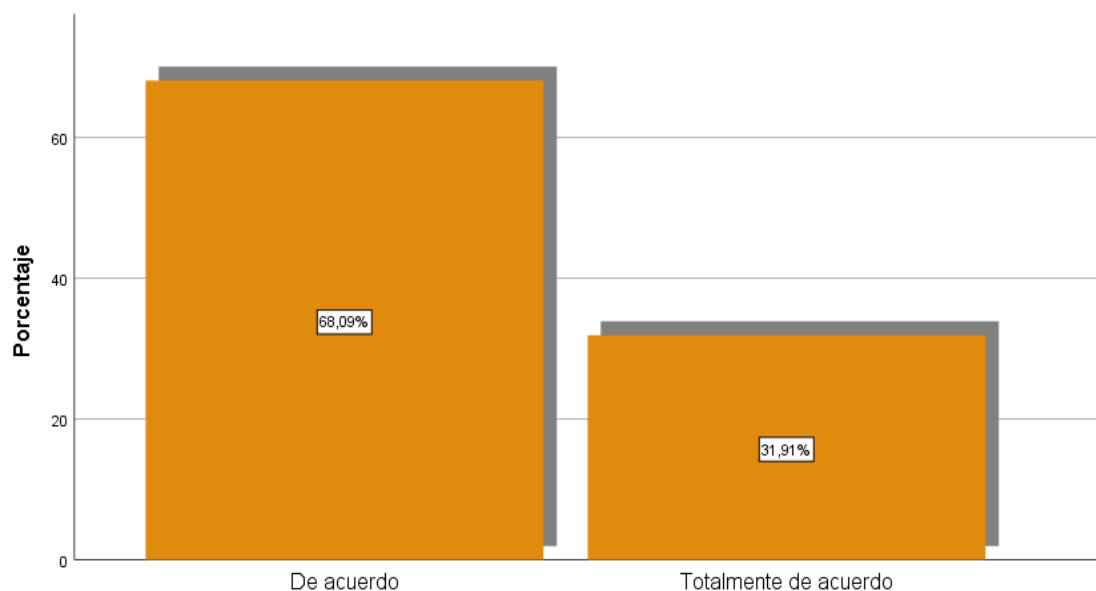
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	64	68,1	68,1	68,1
Totalmente de acuerdo	30	31,9	31,9	100,0
Total	94	100,0	100,0	

*Nota:* Deriva de encuesta.

El 100% de respuestas son favorables en el servicio de mantenimiento de motos ya que los accesorios son necesarios para la adecuada atención inmediata (figura 8).

**Figura 8**

*¿Le recuerdan donde adquirir los accesorios para el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*



*Nota:* Deriva de encuesta.



El 75% confirma que es frecuente el servicio de mantenimiento en reparaciones en general de motocicletas desde cambio de pistón, anillos, válvula y bujía. También están los servicios de sistema eléctrico, cambio de aceite, mantenimiento de fajas, sistema de arrastre y afinamiento (tabla 10). El 25% también frecuenta por los mismos servicios.

**Tabla 10**

*¿Es frecuente el servicio de mantenimiento en reparación general de motocicletas (pistón, anillos, válvula, bujía), sistema eléctrico, cambio de aceite, mantenimiento de fajas, sistema de arrastre y afinamiento?*

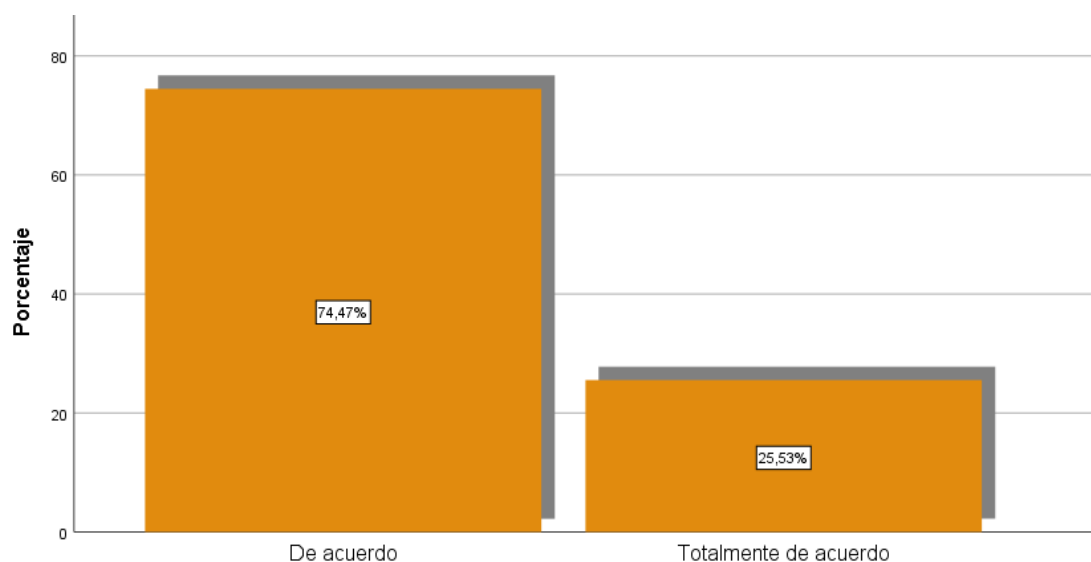
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	70	74,5	74,5	74,5
Totalmente de acuerdo	24	25,5	25,5	100,0
Total	94	100,0	100,0	

*Nota:* Deriva de encuesta.

El 100% de clientes recurre a la empresa por los diversos servicios de reparación y mantenimiento en general (figura 9).

**Figura 9**

*¿Es frecuente el servicio de mantenimiento en reparación general de motocicletas (pistón, anillos, válvula, bujía), sistema eléctrico, cambio de aceite, mantenimiento de fajas, sistema de arrastre y afinamiento?*



*Nota:* Deriva de encuesta.



De manera eventual el 94% de los clientes recurren eventualmente por un cambio de llantas, parcheado de cámaras, cambio de sistema de arrastre (cadena, catalina, piñón), compra de accesorios, mantenimiento de motocicletas, compra de batería y compra de todo tipo de repuestos (tabla 11). El 6% recibe con conformidad los servicios eventuales anteriormente mencionados.

**Tabla 11**

*¿Eventualmente, realiza recurre por un cambio de llantas, parchado de cámaras, cambio de sistema de arrastre (cadena, catalina, piñón), compra de accesorios, mantenimiento de motocicletas, compra de batería y compra de todo tipo de repuestos?*

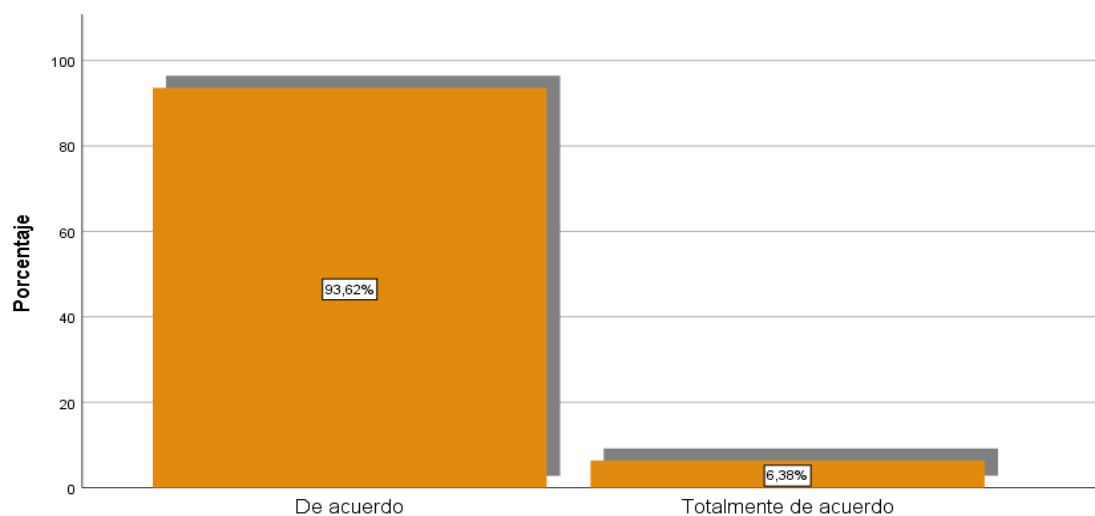
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	88	93,6	93,6	93,6
Totalmente de acuerdo	6	6,4	6,4	100,0
Total	94	100,0	100,0	

*Nota:* Deriva de encuesta.

Los servicios de mantenimiento se satisfacen en el 100% por los clientes indistintamente de cualquier tipo de servicio recibido (figura 10).

**Figura 10**

*¿Eventualmente, realiza recurre por un cambio de llantas, parchado de cámaras, cambio de sistema de arrastre (cadena, catalina, piñón), compra de accesorios, mantenimiento de motocicletas, compra de batería, compra de todo tipo de repuestos?*



*Nota:* Deriva de encuesta.

### 4.1.1.3. Dimensión costos de publicidad

Los costos de promoción se difunden escasamente el 55% manifiesta que no ha recibido promoción para un servicio de mantenimiento (tabla 12) solo el 32% están satisfechos con la difusión hecha por el personal (figura 11).

**Tabla 12**

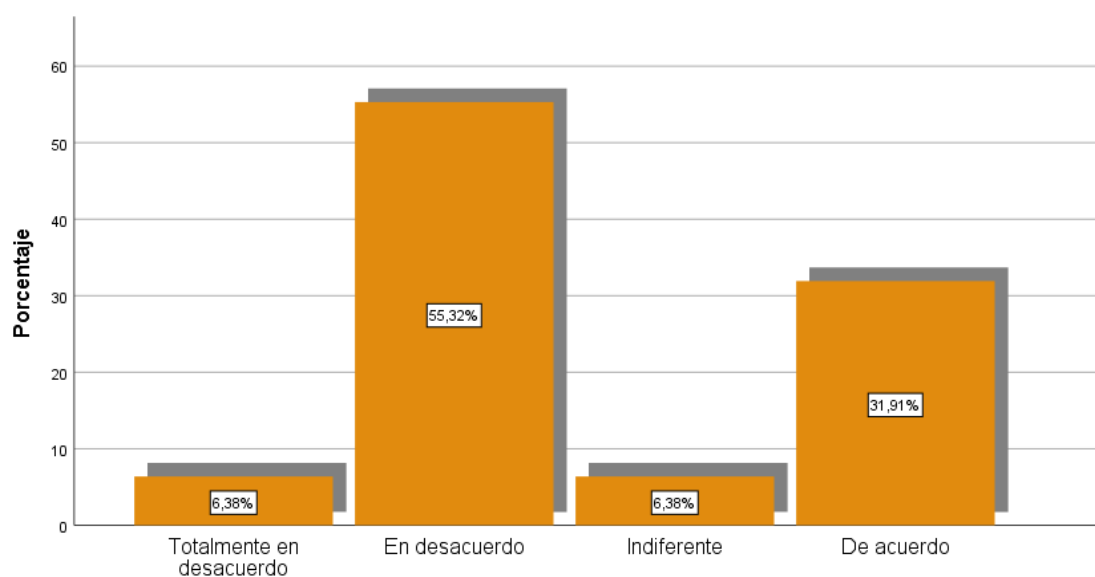
*¿El personal le promociona otros servicios a parte del servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	6,4	6,4	6,4
En desacuerdo	52	55,3	55,3	61,7
Indiferente	6	6,4	6,4	68,1
De acuerdo	30	31,9	31,9	100,0
Total	94	100,0	100,0	

Nota: Deriva de encuesta.

**Figura 11**

*¿El personal le promociona otros servicios a parte del servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*



Nota: Deriva de encuesta.



El 75% de los clientes indican que el precio es determinante en el servicio de mantenimiento de motos, es decir, estar totalmente de acuerdo (tabla 13). El 19% registran respuesta que les han recomendado por el precio de los servicios de mantenimiento Solo el 6% muestra indiferencia ante las recomendaciones del precio de servicio.

**Tabla 13**

*¿Le han recomendado por el precio a la empresa para el servicio de mantenimiento de motos?*

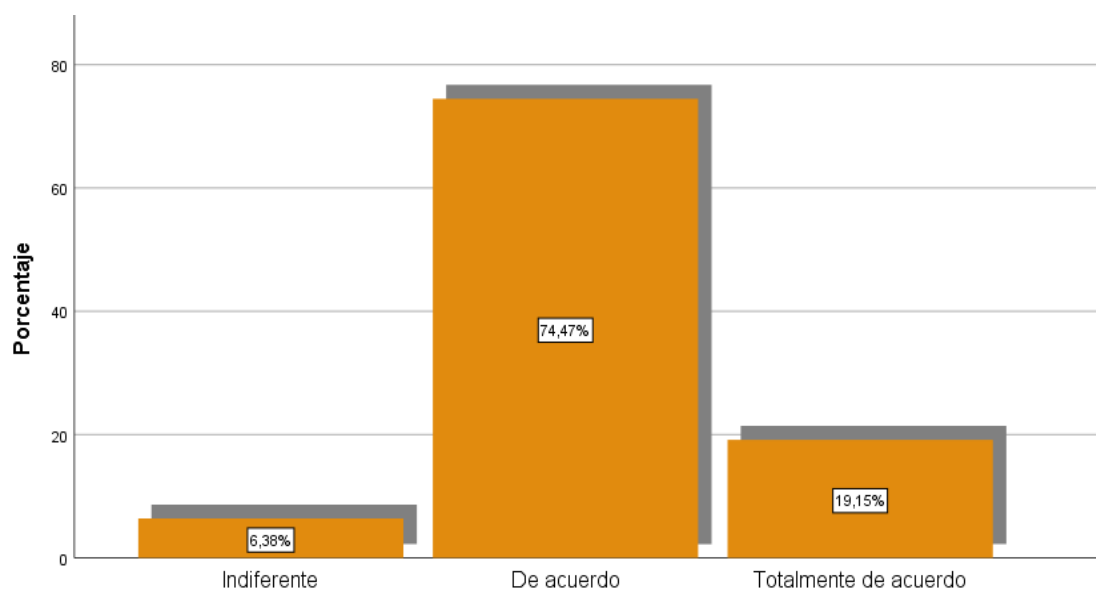
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	6	6,4	6,4	6,4
De acuerdo	70	74,5	74,5	80,9
Totalmente de acuerdo	18	19,1	19,1	100,0
Total	94	100,0	100,0	

*Nota:* Deriva de encuesta.

El 94% de respuestas aceptan los precios que pagan por el servicio de mantenimiento siendo muchos de estos por recomendación (figura 12).

**Figura 12**

*¿Le han recomendado por el precio a la empresa para el servicio de mantenimiento de motos?*



*Nota:* Deriva de encuesta.



Los medios de comunicación no se utilizan por la empresa solo se presenta la recomendación. El 75%% afirma no haber recibido información por medio de comunicación televisiva, internet, radio o Facebook tabla 14).

**Tabla 14**

*¿Ha recibido información por medios de comunicación (TV, internet, Facebook, radio) o por recomendación para el servicio de mantenimiento de motos?*

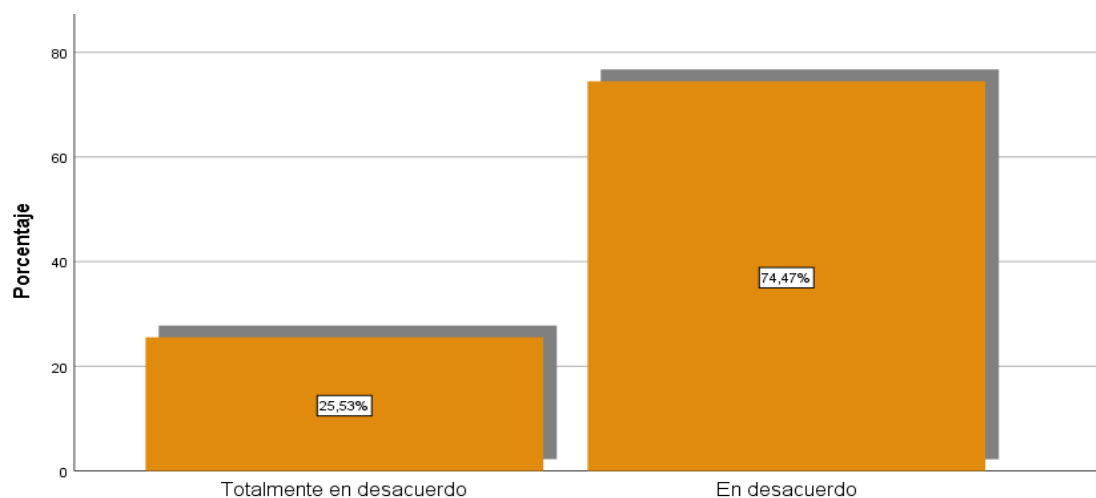
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	24	25,5	25,5	25,5
En desacuerdo	70	74,5	74,5	100,0
Total	94	100,0	100,0	

*Nota:* Deriva de encuesta.

La ausencia de promoción por medios de comunicación es una desventaja para la empresa impide su crecimiento y sostenibilidad de la empresa (figura 13).

**Figura 13**

*¿Ha recibido información por medios de comunicación (TV, internet, Facebook, radio) o por recomendación para el servicio de mantenimiento de motos?*



*Nota:* Deriva de encuesta.

#### 4.1.2. Precio de mantenimiento de motos

El precio del servicio de mano de obra frecuente en reparación de motos tiene un costo de S/ 70; cambio de pistón S/ 35; cambio de válvula S/ 15; cambio de bujía S/ 8; sistema de encendido S/ 35; cambio de aceite S/ 23; mantenimiento de fajas S/ 12; sistema de arrancador S/ 47; afinamiento S/ 15.

En el caso de precio de mantenimiento eventual el precio de parche de cámara es de S/ 3; cambio de llantas S/ 95; sistema de arrastre S/ 47; mantenimiento general S/ 18 y cambio de baterías S/ 55.

El 87% de los encuestados presenta conformidad sobre el precio de mantenimiento de motos. El 13% está totalmente de acuerdo con los precios que se ofrece por un servicio de mantenimiento.

**Tabla 15**

*¿Está conforme con el precio de mantenimiento de motos?*

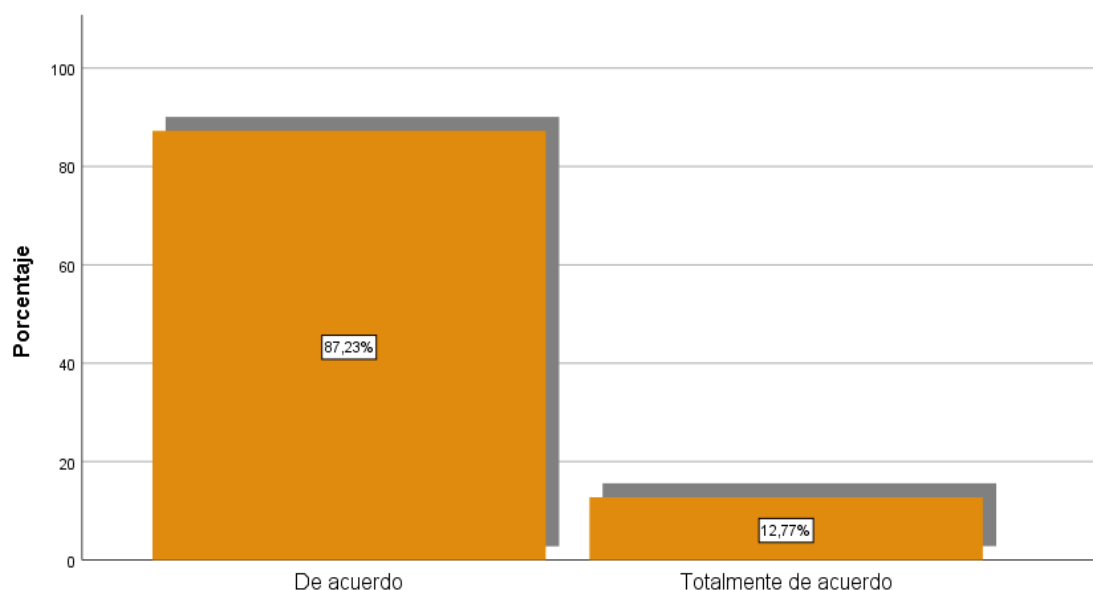
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	82	87,2	87,2	87,2
Totalmente de acuerdo	12	12,8	12,8	100,0
Total	94	100,0	100,0	

*Nota:* Deriva de encuesta.

Al 100% la conformidad referente al precio demuestra que existe fidelidad del cliente y es una fortaleza que tiene la empresa (figura 14). Los clientes aceptan el precio y pagan por el servicio lo que demanda cada vez más clientes por recomendación de boca a boca.

**Figura 14**

*¿Está conforme con el precio de mantenimiento de motos?*



*Nota:* Deriva de encuesta.

Ante la pregunta de volver a recibir un nuevo servicio de mantenimiento el 68% manifiesta estar de acuerdo y el 32% totalmente de acuerdo (tabla 6).

**Tabla 16**

*¿Volvería para un nuevo servicio de mantenimiento de motos?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	64	68,1	68,1	68,1
Totalmente de acuerdo	30	31,9	31,9	100,0
Total	94	100,0	100,0	

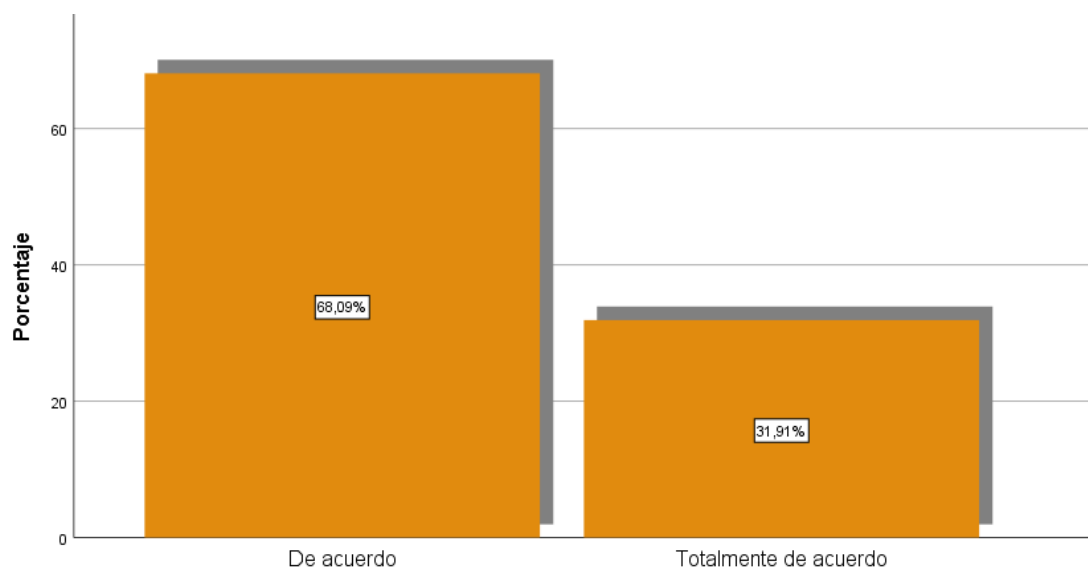
*Nota:* Deriva de encuesta.



Los encuestados al 100% manifiestan volver para un nuevo servicio. Este resultado es un buen indicador para la sostenibilidad y crecimiento de la empresa (figura 15).

### Figura 15

¿Volvería para un nuevo servicio de mantenimiento de motos?



*Nota:* Deriva de encuesta.

Sobre la recomendación por el precio es importante reconocer que el servicio de mantenimiento de motos es estacional por la frecuencia y temporada de verano la lluvia ocasiona mayor frecuencia de visitas a la empresa que en la época de invierno, otoño y primavera. Es aquí la variación que juega el precio por la estacionalidad del servicio.

Ante la pregunta de recomendar por el precio por un servicio de mantenimiento de motos los encuestados manifiestan el 94% que son aceptables y están de acuerdo y el 6% totalmente de acuerdo (tabla 17).

**Tabla 17**

*¿Le han recomendado por el precio a la empresa para el servicio de mantenimiento de motos?*

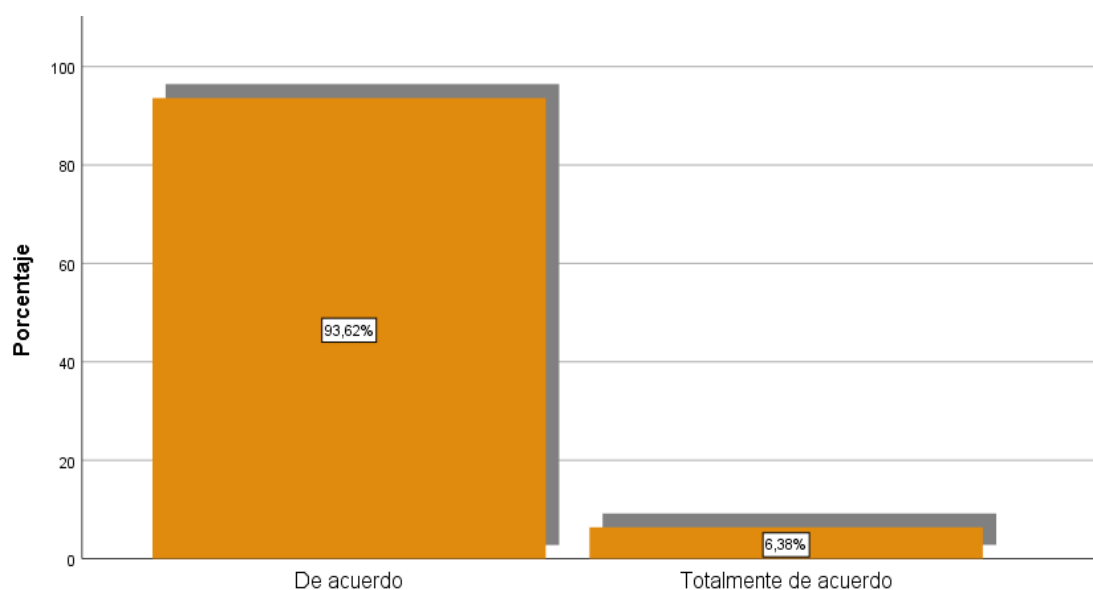
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	88	93,6	93,6	93,6
Totalmente de acuerdo	6	6,4	6,4	100,0
Total	94	100,0	100,0	

*Nota:* Deriva de encuesta.

La totalidad de los clientes recomiendan estar de acuerdo con los precios por el servicio (figura 16).

**Figura 16**

*¿Le han recomendado por el precio a la empresa para el servicio de mantenimiento de motos?*



*Nota:* Deriva de encuesta.



La información en el servicio de mantenimiento de motos determina la negociación del precio entre cliente y empresa, considerando que algunos servicios tienen elevados costos de mano de obra y otros son trabajos con bajos costos. Las decisiones de los costos de mano de obra son fundamentales para el retorno permanente de los clientes. En este caso el 76% indica que esta de acuerdo con la información que recibe y el 26% totalmente de acuerdo (tabla 18).

**Tabla 18**

*¿Ha recibido información sobre los precios del servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*

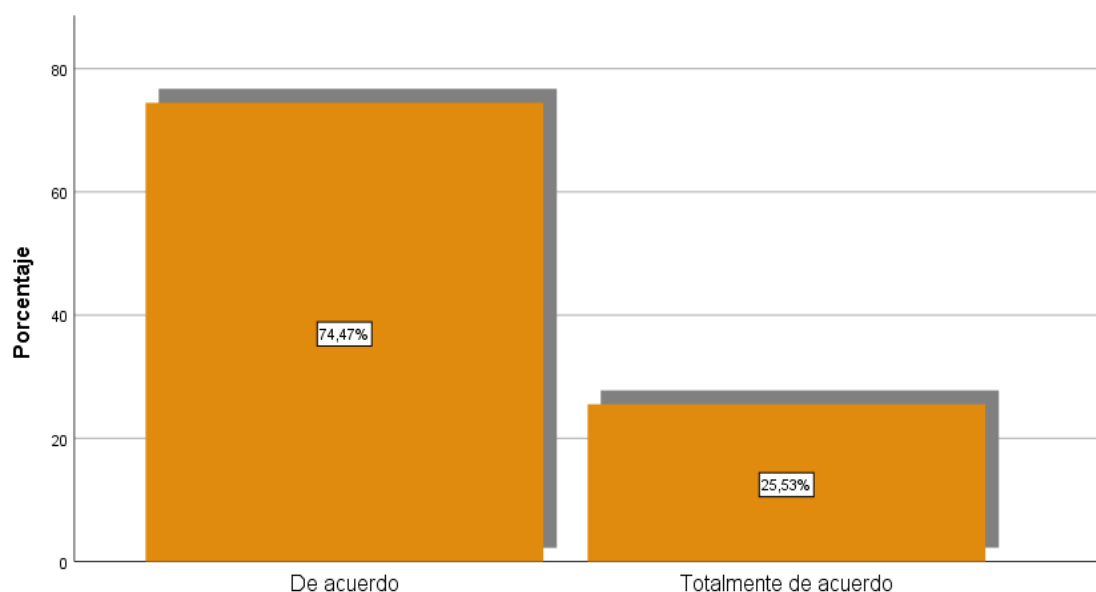
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	70	74,5	74,5	74,5
Totalmente de acuerdo	24	25,5	25,5	100,0
Total	94	100,0	100,0	

*Nota:* Deriva de encuesta.

Dada las respuestas se concluye que los clientes están de acuerdo con los precios que pagan por el servicio de mantenimiento de motos (figura 17).

**Figura 17**

*¿Ha recibido información sobre los precios del servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*



*Nota:* Deriva de encuesta.



Un punto crítico en la sostenibilidad de la empresa es la rebaja ante un servicio de mantenimiento solamente el 38% está de acuerdo con la rebaja y el resto no ha recibido dicha atención solicitada (tabla 19).

**Tabla 19**

*¿Ha solicitado rebaja por el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*

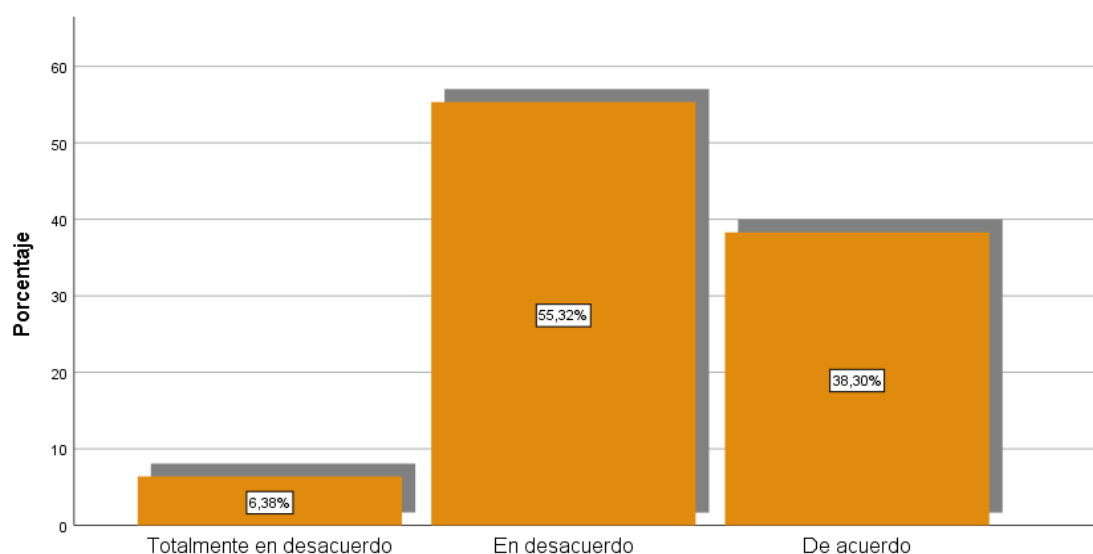
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	6,4	6,4	6,4
En desacuerdo	52	55,3	55,3	61,7
De acuerdo	36	38,3	38,3	100,0
Total	94	100,0	100,0	

*Nota:* Deriva de encuesta.

Como lo establecen las respuestas se carece de políticas de fijación de precios para que el cliente retorne y pueda elegir los precios de acuerdo a la propuesta de la empresa. En cuestión de rebajas un 55% no ha recibido la atención adecuada frente a la solicitud de rebaja lo que amerita fortalecer como política de la empresa (figura 18).

**Figura 18**

*¿Ha solicitado rebaja por el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*



*Nota:* Deriva de encuesta.



La frecuencia es importante para la empresa es un indicador de un adecuado servicio y fidelidad del cliente. El 68% está totalmente de acuerdo de retornar frente a un servicio de mantenimiento de motos y el 25% totalmente de acuerdo (tabla 20). Solo es indiferente el 6% por el servicio que recibió (figura 19).

**Tabla 20**

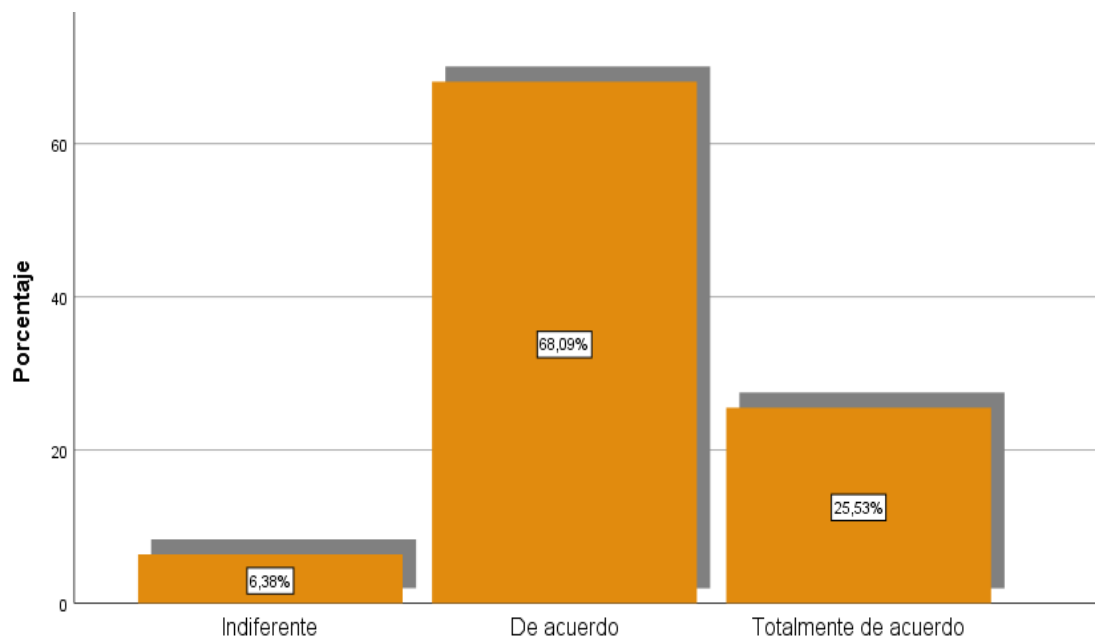
*¿Es frecuente el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	6	6,4	6,4	6,4
De acuerdo	64	68,1	68,1	74,5
Totalmente de acuerdo	24	25,5	25,5	100,0
Total	94	100,0	100,0	

*Nota:* Deriva de encuesta.

**Figura 19**

*¿Es frecuente el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*



*Nota:* Deriva de encuesta.



El 30% de los clientes indican que están de acuerdo con recibir nuevos servicios de mantenimiento y el 70% totalmente de acuerdo (tabla 21).

**Tabla 21**

*¿Volvería para recibir otros servicios de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*

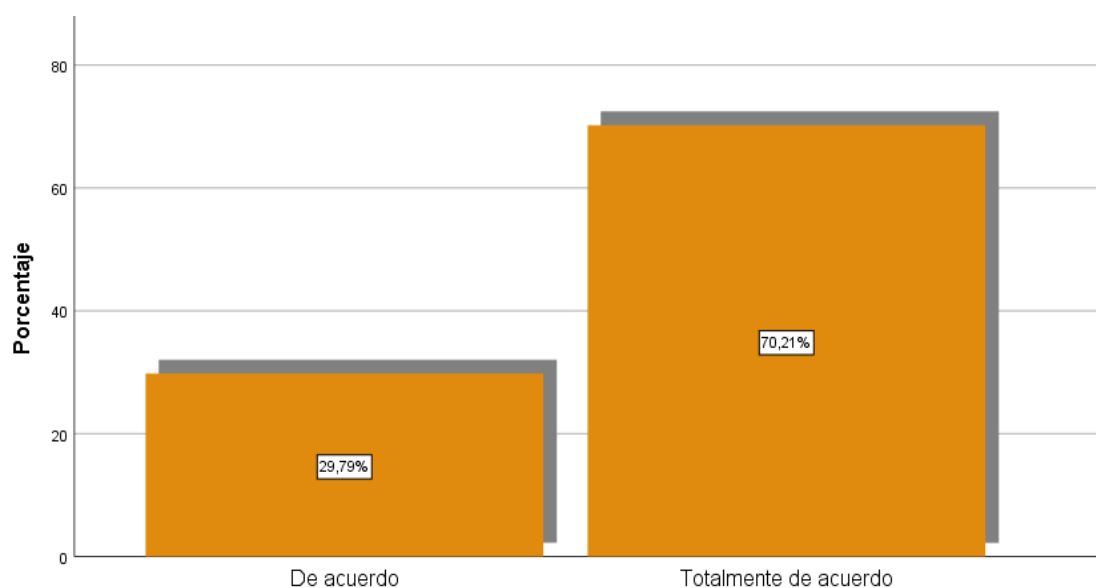
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	28	29,8	29,8	29,8
Totalmente de acuerdo	66	70,2	70,2	100,0
Total	94	100,0	100,0	

*Nota:* Deriva de encuesta.

Existe una aceptación del 100% para volver a la empresa para un servicio de mantenimiento de motos (figura 20).

**Figura 20**

*¿Volvería para recibir otros servicios de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?*



*Nota:* Deriva de encuesta.



## 4.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS

### 4.2.1. Estimación del supuesto 1

Los coeficientes de correlación Kendall establecen un comportamiento directo de los costos de servicios de mano de obra y su influencia significativa en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma cuya probabilidad es menor al 0.01 ( $\rho < 0.01$ ).

Respecto a los costos de mano de obra los encuestados argumentan que han recibido información oportuna, recibieron información sobre los problemas y soluciones del servicio de mantenimiento y que influyen en la conformidad del precio de mantenimiento, el retorno para un nuevo servicio y su mayor frecuencia.

En consecuencia, los costos de mano de obra influyen directamente en el precio de mantenimiento de motos. Mientras los costos de mano de obra sean bajos se demandará más por el servicio de mantenimiento.

**Tabla 22**

*Significancia de la influencia de los costos de servicios de mano de obra en el precio de mantenimiento*

			PE1	PE2	PE12	PE13	PE17
Tau_b Kendall	dePE1	Coeficiente de correlación	de1,000	,585**	,379**	,369**	,445**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000	,000	,000
		N	94	94	94	94	94
	PE2	Coeficiente de correlación	de,585**	1,000	,786**	,711**	,750**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000	,000	,000
		N	94	94	94	94	94
	PE12	Coeficiente de correlación	de,379**	,786**	1,000	,559**	,589**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.	,000	,000
		N	94	94	94	94	94
	PE13	Coeficiente de correlación	de,369**	,711**	,559**	1,000	,790**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	.	,000
		N	94	94	94	94	94
	PE17	Coeficiente de correlación	de,445**	,750**	,589**	,790**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	.
		N	94	94	94	94	94

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

PE1 : ¿Ha recibido información oportuna sobre los costos de la mano de obra por el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?

PE2 : ¿El personal le explicó los problemas y soluciones ante un servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?



PE12 : ¿Está conforme con el precio de mantenimiento de motos?

PE13 : ¿Volvería para un nuevo servicio de mantenimiento de motos?

PE17 : ¿Es frecuente el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?

#### 4.2.2. Prueba de hipótesis específica 2

Los coeficientes de Kendall resultaron significativos para explicar que los costos de servicios frecuentes y eventuales influyen significativamente en el precio de mantenimiento de motos, cuya probabilidad fue representativa y menor al 0.01 ( $\rho < 0.01$ ).

Los costos frecuentes y eventuales explican un servicio particular para el retorno, la venta de accesorios es otro factor que contribuye a la pronta visita para el servicio de mantenimiento y que determinan una mayor frecuencia en los servicios de mantenimiento en general.

Es decir, mientras la empresa preste mayores servicios de mantenimiento frecuente como reparación general de motocicletas (pistón, anillos, válvula, bujía), sistema eléctrico, cambio de aceite, mantenimiento de fajas, sistema de arrastre y afinamiento la mano de obra también demandará costos distintos de acuerdo los requerimientos. De igual manera, en el caso de servicios de mantenimiento eventual como el cambio de llantas, parchado de cámaras, cambio de sistema de arrastre (cadena, catalina, piñón), compra de accesorios, mantenimiento de motocicletas, compra de batería y compra de todo tipo de repuestos esto determinan un mayor retorno para nuevos servicios y crecimiento de la empresa.

**Tabla 23**

*Significancia de la influencia de los costos frecuentes y eventuales en el precio de mantenimiento*

		PE4	PE5	PE6	PE17	
Tau_b de Kendall	PE4	Coeficiente de correlación	1,000	,300**	,559**	,589**
		Sig. (bilateral)	.	,004	,000	,000
		N	94	94	94	94
	PE5	Coeficiente de correlación	,300**	1,000	,711**	,750**
		Sig. (bilateral)	,004	.	,000	,000
		N	94	94	94	94
	PE6	Coeficiente de correlación	,559**	,711**	1,000	,790**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.	,000
		N	94	94	94	94
	PE17	Coeficiente de correlación	,589**	,750**	,790**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	.
		N	94	94	94	94

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

PE4 : ¿Le han ofrecido servicio particular a domicilio para retornar nuevamente para un servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma en la ciudad de Ilave?

PE5 : ¿Le recuerdan que tienen accesorios para venta para el servicio de mantenimiento para volver a la empresa?

PE6 : ¿Le recuerdan donde adquirir los accesorios para el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma en la ciudad de Ilave?

PE17 : ¿Es frecuente el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?

#### **4.2.3. Prueba de hipótesis específica 3**

La significancia que presenta Kendall expone que los resultados encontrados datan la existencia de influencia significativa de los costos de



servicios en publicidad en el precio de mantenimiento de motos. El coeficiente demostró significancia de la influencia de los costos de servicio de mano de obra en el precio de mantenimiento con una probabilidad menor al 0.01 ( $\rho < 0.01$ ).

Los servicios de personal aportan la promoción de otros servicios de mantenimiento de motos dependiendo la atención para una recomendación tomando en cuenta que también la conformidad con el precio es aceptada por el cliente. La frecuencia del mantenimiento depende de la atención oportuna y promoción de otros clientes, así como el precio de servicio.

**Tabla 24**

*Significancia de la influencia de los costos de servicios de mano de obra en el precio de mantenimiento*

			PE9	PE10	PE12	PE17
Tau_b de Kendall	PE9	Coeficiente de correlación	de1,000	,469**	,346**	,494**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000	,000
		N	94	94	94	94
PE10		Coeficiente de correlación	de,469**	1,000	,688**	,656**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000	,000
		N	94	94	94	94
PE12		Coeficiente de correlación	de,346**	,688**	1,000	,589**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.	,000
		N	94	94	94	94
PE17		Coeficiente de correlación	de,494**	,656**	,589**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	.
		N	94	94	94	94

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

PE9 : ¿El personal le promociona otros servicios a parte del servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?

PE10 : ¿Le han recomendado por el precio a la empresa para el servicio de mantenimiento de motos?

PE12 : ¿Está conforme con el precio de mantenimiento de motos?

PE17 : ¿Es frecuente el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma?



### 4.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Hayes et al. (2022), destacan que históricamente la investigación publicitaria ha sido competencia de la investigación en gestión, ética empresarial y relaciones públicas. El papel que desempeña la publicidad es fundamental en la comunicación y practica publicitaria.

Muralidharan et al. (2024) explican que la visión del mundo de cada generación como los Baby Boomers, la Generación X, la Generación Y y la Generación Z tienen elementos únicos que define la eficacia de la publicidad. Estas diferencias que tienen estas generaciones son importantes como factor de publicidad.

Gestión (2024) publica el Growing Marketing llega al Perú con estrategias disruptivas para el crecimiento empresarial. Este enfoque tiene la finalidad de posicionar la inteligencia artificial desarrollando estrategias publicitarias digitales.

Alcalá (2024) revela que la publicidad se ha convertido en el principal medio de comunicación. La inversión publicitaria en canales digitales tiene mayor demanda y protagonismo en empresas que ofertan productos de la canasta básica familiar, universidades, telecomunicaciones, sistema financiero, artículos de limpieza quienes destinan cerca del 55% de su presupuesto publicitario en televisión. La preferencia de los canales digitales tiene por público objetivo a los millennials y centennials familiarizados con el WhatAspp, Tik Tok, YouTube y páginas web. En telecomunicaciones el comportamiento la publicidad tienen mayor diversificación, el canal digital de mayor preferencia es la televisión. Concluye que existe mayor inversión publicitaria por medio de canales digitales.



## CONCLUSIONES

- PRIMERA:** El contraste de Kendall confirma que los costos de servicios influyen significativamente en el precio de mantenimiento de motos de la Empresa Servimotos Puma.
- SEGUNDA:** La estimación estadística Kendall evidencia que los costos de servicios de mano de obra influyen significativamente en el precio de mantenimiento de motos. El 55% de los clientes manifiesta que ha recibido información oportuna sobre los costos de mano de obra. El 100% indica que los costos de mano de obra son razonables por el servicio de mantenimiento de motos.
- TERCERA:** Los cálculos estadísticos Kendall demuestran que los costos de servicios frecuentes y eventuales influyen significativamente en el precio de mantenimiento de motos. Existe alta frecuencia en servicios de mantenimiento como reparaciones en general de motocicletas desde cambio de pistón, anillos, válvula y bujía. También están los servicios de sistema eléctrico, cambio de aceite, mantenimiento de fajas, sistema de arrastre y afinamiento. El 75% frecuente por los mismos servicios.
- CUARTA:** La demostración estadística Kendall prueba que existe influencia significativa de los costos de servicios en publicidad en el precio de mantenimiento de motos. Eventualmente, el 94% regresa por un servicio de mantenimiento de cambio de llantas, parchado de cámaras, cambio de sistema de arrastre (cadena, catalina, piñón), compra de accesorios, mantenimiento de motocicletas, compra de batería y compra de todo tipo de repuestos.



## RECOMENDACIONES

- PRIMERA:** A la Empresa Servimotos Puma se recomienda contratar a un especialista en contabilidad de costos para planificar y estimar los costos, precio, utilidades y elaborar los estados financieros para la toma de decisiones, logro de metas y mejorar la rentabilidad.
- SEGUNDA:** A la Empresa Servimotos Puma comprometer a la mano de obra directa para ofrecer un servicio de mantenimiento de motos adecuado. El sistema de incentivos debe ser la prioridad de la empresa para garantizar mayor productividad, responsabilidad, rapidez y buen trato a los clientes. Si en adelante se logra retribuir con los beneficios laborales establecer normas para el sueldo anual complementario, vacaciones, feriados, enfermedades y accidentes.
- TERCERA:** A la Empresa Servimotos Puma realizar un estudio de mercado para identificar los clientes y sus necesidades de mantenimiento de motos por estaciones del año que incurren costos de servicios frecuentes y eventuales. Fomentar el crecimiento de la empresa mediante la gestión eficiente de costos priorizando estrategias inteligentes para el negocio.
- CUARTA:** A la Empresa Servimotos invertir en costos por publicidad el que debe efectuarse previa planificación de los ingresos además de fortalecer el marketing inteligente para posicionar a la empresa en el mercado de llave.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcalá, Ch. (2024). Cuatro sectores invierten más del 50% de su presupuesto en publicidad digital. <https://gestion.pe/economia/empresas/cuatro-sectores-invierten-mas-del-50-de-su-presupuesto-en-publicidad-digital-cabello-consultores-consumo-masivo-telecomunicaciones-retail-bancos-universidades-noticia/>
- Arias, J. L. y Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Primera edición. [https://apps.utel.edu.mx/recursos/files/r161r/w26022w/Arias\\_S2.pdf](https://apps.utel.edu.mx/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf)
- Balanda, A. T. (2005). *Contabilidad de costos*. Universidad Nacional de Misiones.
- Fisher, L. y Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. Cuarta Edición. Mc.Graw Hill.
- García, J. (2014). *Contabilidad de costos*. Cuarta edición. Mc GrawHill. h
- Gestión (2024). Growing Marketing llega al Perú con estrategias disruptivas para el crecimiento empresarial. <https://gestion.pe/publirreportaje/growing-marketing-llega-al-peru-con-estrategias-disruptivas-para-el-crecimiento-empresarial-noticia/?ref=gesr>
- Hayes, J. L., Holiday, S., & Park, H. (2022). Corporate social responsibility & the advertising strategic planning process: a literature review & research agenda. *International Journal of Advertising*, 41(2), 210–232. <https://doi.org/10.1080/02650487.2022.2038432>
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). *Marketing*. Decimocuarta edición.
- Lazo, M. (2013). contabilidad de costos I. <https://ccpayacucho.org.pe/portal/wp-content/uploads/2021/06/1.-Costos-I-CPC-Merlin-Lazo-Palacios.pdf>



- Muralidharan, S., La Ferle, C., & Roth-Cohen, O. (2024). Diversity, equity, and inclusion (DEI) among generational cohorts: investigating attitude towards disabled models and advertising effectiveness. *International Journal of Advertising*, 1–22. <https://doi.org/10.1080/02650487.2024.2344947>
- Ortiz, R. (2024). Mayo Group Perú adquiere operación de Chile: La nueva visión regional de la agencia. <https://gestion.pe/economia/empresas/mayo-group-peru-adquiere-operacion-de-chile-la-nueva-vision-regional-de-la-agencia-publicidad-empresas-noticia/>
- Polimeni et al. (1997). *Contabilidad de costos. Costos y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales*. Tercera edición.
- Servimotos Puma (2024). Información de servicios de mantenimiento en la ciudad de Ilave.
- Sinisterra, G. y Rincón, C. A. (2018). *Contabilidad de costos. Segunda edición. Con aproximación a normas internacionales*. Eco Ediciones. <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2018/02/Contabilidad-de-costos-2ed-1.pdf>
- Solomon, M. R. (2008). *Comportamiento del consumidor*. Séptima edición. Pearson Educación.
- Tuesta, B. (2023). Mix en la inversión publicitaria: entre los canales digitales y tradicionales. <https://gestion.pe/economia/empresas/mix-en-la-inversion-publicitaria-entre-los-canales-digitales-y-tradicionales-noticia/>



# ANEXOS

## Anexo 1 Matriz de consistencia

Tesis: Costos de servicios en el precio de mantenimiento de motos de la Empresa Servimotos Puma 2024

Interrogantes	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología
<b>Problema general</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis general</b>		<b>Diseño</b> - No experimental - Cuantitativo  <b>Tipo</b> - Aplicada  <b>Nivel</b> - Explicativo  <b>Métodos</b> - Deductivo - Analítico - Estadístico  <b>Población</b> 450 clientes  <b>Muestra</b> 94 clientes  <b>Test de correlación</b> Tau b de Kendall
¿De qué manera influyen los costos de servicios en el precio de mantenimiento de motos de la Empresa Servimotos Puma 2024?	Explicar de qué manera influyen los costos de servicios en el precio de mantenimiento de motos de la Empresa Servimotos Puma 2024	Los costos de servicios influyen significativamente en el precio de mantenimiento de motos de la Empresa Servimotos Puma 2024		
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específica</b>		
¿Cómo influyen los costos de servicios de mano de obra en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma 2024?	Explicar cómo influyen los costos de servicios de mano de obra en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma 2024	Los costos de servicios de mano de obra influyen significativamente en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma 2024	Variable independiente ✓ Costos de servicios	
¿Son significativos los costos de servicios frecuentes y eventuales en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma 2024?	Analizar si son significativos los costos de servicios frecuentes y eventuales en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma 2024	Los costos de servicios frecuentes y eventuales influyen significativamente en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma 2024	Variable dependiente ✓ Precio de mantenimiento	
¿Existe influencia de los costos de servicios en publicidad en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma 2024?	Determinar si existe influencia de los costos de servicios en publicidad en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma 2024	Existe influencia significativa de los costos de servicios en publicidad en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma 2024		



### Anexo 2 Encuesta

#### ENCUESTA

Tesis: Costos de servicios en el precio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma en la ciudad de Ilave 2024

Día: ...../...../.....

Lugar:..... N°:.....

#### Datos generales

##### 1. Edad

- a. Entre 18 a 30 años de edad (.....)
- b. Entre 31 a 50 años de edad (.....)
- c. De 50 a más años (.....)

##### 2. Grado de instrucción

- a. Con estudios primarios (.....)
- b. Con estudios secundarios (.....)
- c. Con estudios superiores (.....)

La escala Likert que se presenta a continuación es la que se utiliza para las preguntas a responder.

Totalmente en desacuerdo =1 En desacuerdo = 2 Indiferente = 3 De acuerdo = 4 Totalmente de acuerdo = 5

Marque con un aspa la siguiente encuesta:

#### VARIABLE: COSTOS DE SERVICIOS

¿Cómo evaluaría las siguientes categorías?	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Dimensión 1: Costos de mano de obra					
P1. ¿Ha recibido información oportuna sobre los costos de la mano de obra por el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma en la ciudad de Ilave?					
P2. ¿El personal le explicó los problemas y soluciones ante un servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma en la ciudad de Ilave?					
P3. ¿Le parece razonable los costos de servicio que ofrece en mano de obra en el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma en la ciudad de Ilave?					
Dimensión 2: Costos frecuentes y eventuales					
P4. ¿Le han ofrecido servicio particular a domicilio para retornar nuevamente para un servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma en la ciudad de Ilave?					



¿Cómo evaluaría las siguientes categorías?	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
P5. ¿Le recuerdan que tienen accesorios para venta para el servicio de mantenimiento para volver a la empresa?					
P6. ¿Le recuerdan donde adquirir los accesorios para el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma en la ciudad de llave?					
P7. ¿Es frecuente el servicio de mantenimiento en reparación general de motocicletas (pistón, anillos, válvula, bujía), sistema eléctrico, cambio de aceite, mantenimiento de fajas, sistema de arrastre y afinamiento?					
P8. ¿Eventualmente, realiza recurre por un cambio de llantas, parchado de cámaras, cambio de sistema de arrastre (cadena, catalina, piñón), compra de accesorios, mantenimiento de motocicletas, compra de batería, compra de todo tipo de repuestos?					
Dimensión 3: Costos de publicidad					
P9. ¿El personal le promociona otros servicios a parte del servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma en la ciudad de llave?					
P10. ¿Le han recomendado por el precio a la empresa para el servicio de mantenimiento de motos?					
P11. ¿Ha recibido información por medios de comunicación (TV, internet, Facebook, radio) o por recomendación para el servicio de mantenimiento de motos?					



## VARIABLE: PRECIO DE MANTENIMIENTO DE MOTOS

¿Cómo evaluaría las siguientes categorías?	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
P12. ¿Está conforme con el precio de mantenimiento de motos?					
P13. ¿Volvería para un nuevo servicio de mantenimiento de motos?					
P14. ¿Le han recomendado por el precio a la empresa para el servicio de mantenimiento de motos?					
P15. ¿Ha recibido información sobre los precios del servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma en la ciudad de Ilave?					
P16. ¿Ha solicitado rebaja por el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma en la ciudad de Ilave a otras personas?					
P17. ¿Es frecuente el servicio de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma en la ciudad de Ilave?					
P18. ¿Volvería para recibir otros servicios de mantenimiento de motos de la empresa Servimotos Puma en la ciudad de Ilave?					

*Gracias por su colaboración*



Anexo 3 Datos sistematizados

	VAR 000 01	VAR 000 02	VAR 000 03	VAR 000 04	VAR 000 05	VAR 000 06	VAR 000 07	VAR 000 08	VAR 000 09	VAR 000 10	VAR 000 11	VAR 000 12	VAR 000 13	VAR 000 14	VAR 000 15	VAR 000 16	VAR 000 17	VAR 000 18
1	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	1	5	5	4	5	4	5	5
2	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5	1	5	5	4	5	4	5	5
3	5	5	4	2	5	5	4	4	2	4	1	4	5	4	4	2	5	4
4	4	4	5	2	5	5	4	4	4	5	2	4	5	4	4	4	5	4
5	2	4	4	2	4	5	4	4	2	4	2	4	5	4	4	2	4	5
6	4	4	4	2	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	5	2	4	4
7	2	4	4	2	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	5	2	4	5
8	2	4	4	2	4	4	5	4	2	4	2	4	4	5	4	2	4	5
9	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	5
10	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5
11	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5
12	4	4	4	2	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	1	3	5
13	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	5
14	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	5
15	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4
16	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4
17	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	1	5	5	4	5	4	5	5
18	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5	1	5	5	4	5	4	5	5
19	5	5	4	2	5	5	4	4	2	4	1	4	5	4	4	2	5	4
20	4	4	5	2	5	5	4	4	4	5	2	4	5	4	4	4	5	4
21	2	4	4	2	4	5	4	4	2	4	2	4	5	4	4	2	4	5
22	4	4	4	2	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	5	2	4	4
23	2	4	4	2	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	5	2	4	5
24	2	4	4	2	4	4	5	4	2	4	2	4	4	5	4	2	4	5
25	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	5
26	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5
27	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5
28	4	4	4	2	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	1	3	5
29	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	5
30	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	5
31	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4



	VAR 000 01	VAR 000 02	VAR 000 03	VAR 000 04	VAR 000 05	VAR 000 06	VAR 000 07	VAR 000 08	VAR 000 09	VAR 000 10	VAR 000 11	VAR 000 12	VAR 000 13	VAR 000 14	VAR 000 15	VAR 000 16	VAR 000 17	VAR 000 18
32	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4
33	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	1	5	5	4	5	4	5	5
34	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5	1	5	5	4	5	4	5	5
35	5	5	4	2	5	5	4	4	2	4	1	4	5	4	4	2	5	4
36	4	4	5	2	5	5	4	4	4	5	2	4	5	4	4	4	5	4
37	2	4	4	2	4	5	4	4	2	4	2	4	5	4	4	2	4	5
38	4	4	4	2	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	5	2	4	4
39	2	4	4	2	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	5	2	4	5
40	2	4	4	2	4	4	5	4	2	4	2	4	4	5	4	2	4	5
41	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	5
42	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5
43	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5
44	4	4	4	2	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	1	3	5
45	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	5
46	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	5
47	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4
48	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4
49	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	1	5	5	4	5	4	5	5
50	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5	1	5	5	4	5	4	5	5
51	5	5	4	2	5	5	4	4	2	4	1	4	5	4	4	2	5	4
52	4	4	5	2	5	5	4	4	4	5	2	4	5	4	4	4	5	4
53	2	4	4	2	4	5	4	4	2	4	2	4	5	4	4	2	4	5
54	4	4	4	2	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	5	2	4	4
55	2	4	4	2	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	5	2	4	5
56	2	4	4	2	4	4	5	4	2	4	2	4	4	5	4	2	4	5
57	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	5
58	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5
59	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5
60	4	4	4	2	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	1	3	5



	VAR 000 01	VAR 000 02	VAR 000 03	VAR 000 04	VAR 000 05	VAR 000 06	VAR 000 07	VAR 000 08	VAR 000 09	VAR 000 10	VAR 000 11	VAR 000 12	VAR 000 13	VAR 000 14	VAR 000 15	VAR 000 16	VAR 000 17	VAR 000 18
6 1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	5
6 2	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	5
6 3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4
6 4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4
6 5	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	1	5	5	4	5	4	5	5
6 6	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5	1	5	5	4	5	4	5	5
6 7	5	5	4	2	5	5	4	4	2	4	1	4	5	4	4	2	5	4
6 8	4	4	5	2	5	5	4	4	4	5	2	4	5	4	4	4	5	4
6 9	2	4	4	2	4	5	4	4	2	4	2	4	5	4	4	2	4	5
7 0	4	4	4	2	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	5	2	4	4
7 1	2	4	4	2	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	5	2	4	5
7 2	2	4	4	2	4	4	5	4	2	4	2	4	4	5	4	2	4	5
7 3	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	5
7 4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5
7 5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5
7 6	4	4	4	2	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	1	3	5
7 7	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	5
7 8	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	5
7 9	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4
8 0	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4
8 1	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	1	5	5	4	5	4	5	5
8 2	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5	1	5	5	4	5	4	5	5
8 3	5	5	4	2	5	5	4	4	2	4	1	4	5	4	4	2	5	4
8 4	4	4	5	2	5	5	4	4	4	5	2	4	5	4	4	4	5	4
8 5	2	4	4	2	4	5	4	4	2	4	2	4	5	4	4	2	4	5
8 6	4	4	4	2	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	5	2	4	4
8 7	2	4	4	2	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	5	2	4	5
8 8	2	4	4	2	4	4	5	4	2	4	2	4	4	5	4	2	4	5
8 9	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	5



	VAR 000 01	VAR 000 02	VAR 000 03	VAR 000 04	VAR 000 05	VAR 000 06	VAR 000 07	VAR 000 08	VAR 000 09	VAR 000 10	VAR 000 11	VAR 000 12	VAR 000 13	VAR 000 14	VAR 000 15	VAR 000 16	VAR 000 17	VAR 000 18
9 0	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5
9 1	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5
9 2	4	4	4	2	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	1	3	5
9 3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	5
9 4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	5

### Anexo 4 Validación de instrumento

#### Opinión de experto

##### I. DATOS DEL EXPERTO

1. Apellidos y Nombres: HUACANI SUCASACA YUDY
2. Cargo e institución donde labora: DOCENTE DE LA UANCV - JULIACA
3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: ENCUESTA
4. Autor del instrumento: TANIA GLENY PUMA CATACORA

##### II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					98%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					98%
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					98%
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					98%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					98%
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					98%
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					99%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					99%
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					99%

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Se recomienda la ejecución de la tesis.

##### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Lugar y fecha: 10 / 10 / 2024

98 %

Yudy Huacani Sucasaca  
DNI N°: 40673820 Cel.: 989574722

## Anexo 5 Vista fotográfica de Servimotos





### Validación de instrumento

### Opinión de experto

#### I. DATOS DEL EXPERTO

1. Apellidos y Nombres: JESUS MAMANI MAMANI
2. Cargo e institución donde labora: DOCENTE DE LA UANCV
3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: ENCUESTA
4. Autor del instrumento: TANIA GLENY PUMA CATAORA

#### II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	

#### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: FAVORABLE

#### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Lugar y fecha: Juliaca, 26.11.2024

Firma del experto

DNI N°: Cel.: 02425043  
985858536



ANEXO 1  
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS  
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN  
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 20/11/2024

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: TANIA GLENY PUMA CATAORA

Dirección: JR. CONDE DE LEMUS N°398

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 76202807

Teléfono: 969282104 email: pumagleny05@gmail.com

Nombres y Apellidos: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ email: \_\_\_\_\_

Facultad y/o Escuela de Posgrado: CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

Escuela Profesional o Mención: CONTABILIDAD

Título o Grado Académico a optar: CONTADOR PÚBLICO

Asesor: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación  Tesis  Trabajo de Suficiencia Profesional  Trabajo Académico

Título: COSTO DE SERVICIOS EN EL PRECIO DE MANTENIMIENTO  
DE MOTOS DE LA EMPRESA SERVIMOTOS PUMA 2024

Palabras claves, (3 a 5 términos): COSTO, PRECIO, EMPRESA

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV <sup>1,2</sup>?

<sup>1</sup> Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entré otros relacionados.

<sup>2</sup> Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



**2. Referencia de tesis:**

Bachiller  Título  2da Especialidad  Maestría  Doctorado

**3. Licencias:**

**a) Licencia estándar:**

**Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.**

Con la autorización de depósito de mi producción intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

**Autorizo su publicación (marque con una X)**

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): \_\_\_\_\_
- No autorizo.

**b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:**

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

**¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?**

**Sí:** significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

**No:** significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



**Jurisdicción de su Licencia**

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: ECONOMIA SECTORIAL P15

[Firma manuscrita]

Firma de Autor



huella digital

28 DE NOVIEMBRE DEL 2024

Fecha