



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniera en  
Contabilidad y Auditoría CPA.**

**Tema:**

---

**“El control de los costos de fabricación y la determinación del precio de venta  
del sector manufacturero de calzado del cantón Cevallos”.**

---

**Autora:** Torres Flores, Karla Viviana

**Tutor:** Dr. Tobar Vasco, Guido Hernán

**Ambato - Ecuador**

**2017**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

Yo, Dr. Guido Hernán Tobar Vasco, con cédula de ciudadanía N°180144999-0, en mi calidad de Tutor de proyecto de investigación sobre el tema: **“EL CONTROL DE LOS COSTOS DE FABRICACIÓN Y LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL SECTOR MANUFACTURERO DE CALZADO DEL CANTÓN CEVALLOS”**, desarrollado por Karla Viviana Torres Flores, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad semipresencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Abril del 2017

**EL TUTOR**



Dr. Tobar Vasco Guido Hernán

C.C.180144999-0

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Karla Viviana Torres Flores, con cédula de ciudadanía N° 180418126-9, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto investigativo, bajo el tema: **“EL CONTROL DE LOS COSTOS DE FABRICACIÓN Y LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL SECTOR MANUFACTURERO DE CALZADO DEL CANTÓN CEVALLOS”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis, de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Abril del 2017

**AUTORA**



Karla Viviana Torres Flores

C.C.180418126-9

## **CESIÓN DE DERECHOS**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Abril del 2017

**AUTORA**



Karla Viviana Torres Flores

C.C.180418126-9

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación, sobre el tema: **“EL CONTROL DE LOS COSTOS DE FABRICACIÓN Y LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL SECTOR MANUFACTURERO DE CALZADO DEL CANTÓN CEVALLOS”**, elaborado por Karla Viviana Torres, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Abril del 2017



.....

Eco. Mg. Diego Proaño

**PRESIDENTE**



.....

Dr. César Mayorga, Mg.

**MIEMBRO CALIFICADOR**



.....

Ing. Ernesto Jara

**MIEMBRO CALIFICADOR**

## **DEDICATORÍA**

A Dios porque todo y todas las cosas que sucede es gracias a él, al darme paciencia, salud y vida.

A mis padres, por su sacrificio y esfuerzo porque ellos siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo constante, sus consejos para ser una mejor hija, una mejor hermana, una mejor esposa, una mejor persona.

A mis hermanas por su amor, su compañía, por ser más que hermanas ser amigas.

A mi esposo por sus palabras de aliento y confianza, por su amor incondicional al brindarme tiempo necesario para realizarme profesionalmente.

Y a todas aquellas personas que de una u otra manera han contribuido para el logro de mis objetivos.

Karla Viviana Torres Flores.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme la vida y proveer la salud, sabiduría necesaria para culminar mis estudios, a todos quienes intervinieron en el encause de mi formación, además un cálido agradecimiento a mi querida y prestigiosa institución que me dio la oportunidad de formarme como profesional la “Universidad Técnica de Ambato”; al Dr. Guido Hernán Tobar Vasco, al brindarme su paciencia, sus valiosos conocimientos y su ayuda durante el proceso investigativo, a mis padres, a mis hermanas, a mi esposo que han sido pilares fundamentales en mi vida, a los docentes por sus diferentes formas de enseñar, quienes me incentivaron en muchos sentidos a seguir adelante y sin su apoyo esto no hubiera sido posible.

Karla Viviana Torres Flores.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TEMA:** “EL CONTROL DE LOS COSTOS DE FABRICACIÓN Y LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL SECTOR MANUFACTURERO DE CALZADO DEL CANTÓN CEVALLOS”.

**AUTORA:** Karla Viviana Torres Flores

**TUTOR:** Dr. Guido Hernán Tobar Vasco

**FECHA:** Abril de 2017

**RESUMEN EJECUTIVO**

El Sector Manufacturero de Calzado del Cantón Cevallos es poseedor de gran variedad en diseños, calidad, producción, y comercialización de calzado ecuatoriano destinado para hombres, mujeres y niños. El Sector Manufacturero de Calzado al manejar una alta gama de calzado se ha convertido en el cantón más importante en esta rama, sin embargo al realizar un análisis se ha evidenciado que el problema que aqueja a este Sector es un inadecuado cálculo en la determinación del costo unitario, es decir, inadecuada determinación del precio de venta. Siendo así, el presente trabajo investigativo tiene el propósito fundamental de responder al problema detectado, razón por la cual se propone dar solución al mismo, a través de un modelo para la determinación de costos, que ayude a determinar correctamente el precio de venta y el control de costos de fabricación. Uno de los puntos clave, pues al no poseer una correcta fijación de precios, por la falta de conocimientos profesionales acordes en costos, con lleva a una información contable inexacta y nada confiable al momento de tomar decisiones en la determinación de los precios de venta.

El objetivo de esta investigación fue determinar posibles causas que impiden obtener una rentabilidad acorde a la producción del calzado y fortalecer los puntos a favor de cada fabricante. Es importante que los fabricantes del sector manufacturero de



calzado de Cevallos, obtengan sus costos de manera adecuada con el fin de determinar sus utilidades de forma real y confiable para así tomar decisiones adecuadas logrando una mejor forma de determinar sus precios al momento de ponerlos a la venta, a más de obtener un crecimiento económico.

Así que este trabajo investigativo ha planteado lineamientos viables acordes a las necesidades que estos presentan, por lo tanto contiene significativa, ayuda para su desarrollo y mejora.

**PALABRAS DESCRIPTORAS:** CONTROL DE COSTOS DE FABRICACIÓN, DETERMINACIÓN DE PRECIO DE VENTA, PRODUCCIÓN, FABRICACIÓN DE CALZADO, SECTOR MANUFACTURERO.

**TECHNICAL OF UNIVERSITY AMBATO**  
**FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING**  
**CARRER ACCOUNTING AND AUDITING**

**TOPIC:** “CONTROL OF THE MANUFACTURING COSTS AND THE DETERMINATION OF THE SALE PRICE OF THE MANUFACTURING OF THE CANTON CEVALLOS FOOTWEAR SECTOR”.

**AUTHOR:** Karla Viviana Torres Flores

**TUTOR:** Dr. Guido Hernán Tobar Vasco

**DATE:** April, 2017

**ABSTRACT**

The Footwear Manufacturing Sector of the Cevallos Canton, it has a great variety of designs, quality, production and marketing of Ecuadorian footwear destined for men, women, boys and girls. The Footwear Manufacturing Sector in handling a high range of footwear has become the most important canton in this branch, however when carrying out an analysis it has been evidenced that the problem that afflicts this Sector is an inadequate calculation in the determination of the cost Unitary, is, inadequate determination of the selling price. Thus, the present research has the fundamental purpose of responding to the problem detected, which is why it is proposed to solve it, through a model for the determination of costs, that helps to correctly determine the sale price and the Control of manufacturing costs. One of the key points, because not having a correct pricing, due to the lack of professional knowledge in cost, leads to inaccurate and unreliable accounting information when making decisions in the determination of sales prices.

The objective of this investigation was to determine possible causes that prevent profitability according to the production of footwear and strengthen the points in

favor of each manufacturer. It is important that manufacturers in Cevallos footwear manufacturing sector obtain their costs in an adequate manner in order to determine their profits in a real and reliable way so as to make appropriate decisions, obtaining a better way to determine their prices when they are placed in the market. Sales, in addition to economic growth.

So this research work has presented viable guidelines according to the needs that these present, therefore contains significant, help for its development and improvement.

**KEYWORDS:** CONTROL OF MANUFACTURING COSTS,  
DETERMINATION OF PRICE OF SALE, PRODUCTION, FOOTWEAR  
MANUFACTURE, MANUFACTURING SECTOR.

## ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
<b>PÁGINAS PRELIMINARES</b>	
PORTADA.....	<b>i</b>
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	<b>ii</b>
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	<b>iii</b>
CESIÓN DE DERECHOS.....	<b>iv</b>
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	<b>v</b>
DEDICATORÍA .....	<b>vi</b>
AGRADECIMIENTO .....	<b>vii</b>
RESUMEN EJECUTIVO .....	<b>viii</b>
ABSTRACT.....	<b>x</b>
ÍNDICE GENERAL.....	<b>xii</b>
ÍNDICE DE TABLAS .....	<b>xv</b>
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	<b>xvii</b>
INTRODUCCIÓN .....	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>3</b>
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	<b>3</b>
1. Tema .....	<b>3</b>
1.1. Descripción y Contextualización .....	<b>3</b>
1.1.1. Macro contextualización.....	<b>3</b>
1.1.2. Meso contextualización .....	<b>5</b>
1.1.3. Micro contextualización .....	<b>7</b>
1.2. Formulación y Análisis Crítico.....	<b>9</b>
1.2.1. Formulación del Problema.....	<b>9</b>
1.2.2. Árbol de Problemas .....	<b>10</b>
1.2.3. Análisis Crítico .....	<b>11</b>
1.3. Justificación .....	<b>11</b>
1.4. Objetivos.....	<b>13</b>
1.4.1. Objetivo General.....	<b>13</b>
1.4.2. Objetivos Específicos .....	<b>13</b>
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>14</b>

MARCO TEÓRICO .....	14
2.    Antecedentes Investigativos .....	14
2.1.    Fundamentación Científico – Técnica .....	21
2.1.1. Constelación de Ideas Variable Independiente .....	22
2.2.2. Constelación de Ideas Variable Dependiente .....	23
2.1.2. Descripción Fundamental de la Variable Independiente “Control de Costos de Fabricación” .....	24
2.1.3. Descripción Fundamental de la Variable Dependiente “Determinación del Precio de Venta” .....	41
2.2.    Preguntas Directrices y/o Hipótesis .....	62
2.2.1. Preguntas Directrices .....	62
2.2.2. Hipótesis .....	62
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>63</b>
METODOLOGÍA .....	63
3.1.    Modalidad .....	63
3.2.    Enfoque .....	65
3.3.    Nivel de Investigación .....	66
3.4.    Población .....	68
3.5.    Muestra .....	71
3.6.    Unidad de investigación.....	72
3.7.    Operacionalización de la Variable Independiente-El control de costos de Fabricación.....	64
3.8.    Operacionalización de la Variable Dependiente-La determinación del Precio de Venta.....	65
3.9.    Plan de recolección de la información .....	65
3.10. Plan de procesamiento de la información .....	66
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>68</b>
RESULTADOS .....	68
4.    Principales Resultados .....	68
4.1.    Análisis e Interpretación de Resultados.....	68
4.2.    Verificación de la Hipótesis.....	133
4.3.    Planteamiento de la Hipótesis.....	133
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>145</b>

RESULTADOS .....	145
5.    Limitaciones del Estudio .....	145
5.1.  Conclusiones y Recomendaciones.....	145
5.1.1. Conclusiones.....	145
5.1.2. Recomendaciones .....	146
5.2.  Modelos que aplican para el control de los costos de fabricación y la determinación del precio de venta .....	147
5.2.1. Modelo que aplican para el control de los costos de fabricación. ....	147
5.2.2. Modelos que aplican para la determinación del precio de venta .....	104
5.3.  Modelo sugerido para la Determinación de Costos .....	106
<b>ANEXOS .....</b>	<b>118</b>
Anexo 1 .....	118
Anexo 2 .....	122
<b>REFERENCIA BIBLIOGRÁFIA .....</b>	<b>123</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
<b>Tabla: 1.</b> Muestra de Población.....	71
<b>Tabla: 2.</b> Unidad de Investigación .....	75
<b>Tabla: 3.</b> Operacionalización de la Variable Independiente - El control de costos de Fabricación.....	64
<b>Tabla: 4.</b> Operacionalización de la Variable Dependiente - Determinación del Precio de Venta .....	65
<b>Tabla: 5.</b> Plan de Recolección de Información .....	65
<b>Tabla: 6.</b> Plan de Procesamiento de Información .....	66
<b>Tabla: 7.</b> Check-List.....	65
<b>Tabla: 8.</b> Aspectos importantes a considerar. ....	104
<b>Tabla: 9.</b> Material principal utilizado.....	106
<b>Tabla: 10 .</b> Tipo de material Utilizado .....	107
<b>Tabla:11.</b> Registro de Materia Prima e Insumos.....	108
<b>Tabla: 12.</b> Constatación física.....	109
<b>Tabla: 13.</b> Manejo de inventarios.....	111
<b>Tabla:14.</b> Registro Diario de Ventas.....	112
<b>Tabla: 15.</b> Persona especializada en área contable .....	113
<b>Tabla: 16.</b> Asesor Técnico de Calzado.....	114
<b>Tabla:17.</b> Documentación de Control .....	116
<b>Tabla: 18.</b> Control de Suministros o Desperdicios Utilizados .....	117
<b>Tabla: 19.</b> Registro de mano de obra .....	118
<b>Tabla: 20.</b> Registro por tarjeta tiempo .....	120
<b>Tabla: 21.</b> Tiempo empleado en la fabricación.....	121
<b>Tabla: 22.</b> CIF para establecer Costo Total .....	122
<b>Tabla: 23.</b> Proceso de fabricación .....	124
<b>Tabla: 24.</b> Fabricación por Lotes .....	125
<b>Tabla: 25.</b> Fabricación por Pedidos.....	126
<b>Tabla: 26.</b> Método Contable utilizado.....	128
<b>Tabla: 27.</b> Precios fijados por la situación económica del mercado .....	129
<b>Tabla: 28.</b> Precios Competitivos .....	130

<b>Tabla: 29.</b> Utilidad Deseada.....	132
<b>Tabla: 30.</b> Diferencia de proposiciones Z.....	142
<b>Tabla 31.</b> Aplicación de Información.....	145
<b>Tabla: 32.</b> Determinación del Precio de Ventas por Costos .....	104
<b>Tabla: 33.</b> Determinación del Precio de Ventas por % de Ganancias .....	105



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
<b>Gráfico: 1.</b> Producción de Calzado en el país.....	4
<b>Gráfico: 2.</b> Árbol de Problemas .....	10
<b>Gráfico: 3.</b> Categorías Fundamentales .....	21
<b>Gráfico: 4.</b> Variable Independiente-Control de Costos de Fabricación .....	22
<b>Gráfico: 5.</b> Variable Dependiente-Determinación del Precio de Venta.....	23
<b>Gráfico: 6.</b> Costeo por proceso concepto básico.....	25
<b>Gráfico: 7.</b> Según su forma de fabricación .....	31
<b>Gráfico: 8.</b> Según su variedad .....	32
<b>Gráfico: 9.</b> Aspectos importantes a considerar .....	105
<b>Gráfico: 10.</b> Material principal utilizado.....	106
<b>Gráfico: 11.</b> Tipo de material Utilizado .....	107
<b>Gráfico: 12.</b> Registro de Materia Prima e Insumos.....	109
<b>Gráfico: 13.</b> Constatación física.....	110
<b>Gráfico: 14.</b> Manejo de inventarios .....	111
<b>Gráfico: 15.</b> Registro Diario de Ventas.....	112
<b>Gráfico: 16.</b> Persona especializada en el área contable .....	113
<b>Gráfico: 17.</b> Asesor Técnico del Calzado .....	115
<b>Gráfico: 18.</b> Documentación de Control.....	116
<b>Gráfico: 19.</b> Control de Suministros o Desperdicios Utilizados.....	117
<b>Gráfico: 20.</b> Registro de mano de obra .....	119
<b>Gráfico: 21.</b> Registro por tarjeta tiempo .....	120
<b>Gráfico: 22.</b> Tiempo empleado en la fabricación.....	121
<b>Gráfico: 23.</b> CIF para Establecer Costo Total.....	123
<b>Gráfico: 24.</b> Proceso de fabricación.....	124
<b>Gráfico: 25.</b> Fabricación por Lotes .....	126
<b>Gráfico: 26.</b> Fabricación por Pedidos .....	127
<b>Gráfico: 27.</b> Método Contable utilizado .....	128
<b>Gráfico: 28.</b> Precios fijados por la situación económica del mercado .....	129
<b>Gráficos:29.</b> Precios Competitivos .....	131
<b>Gráfico: 30.</b> Utilidad Deseada.....	132

<b>Gráfico: 31.</b> Diferenciación de proposiciones Z de Student .....	135
<b>Gráfico: 32.</b> Estimado Z-Student .....	144
<b>Gráfico: 33.</b> Modelo que aplican para Determinación de Costos de Fabricación...	104
<b>Gráfico: 34.</b> Modelo que aplican para Determinación de Costos de Fabricación..	104
<b>Gráfico: 35.</b> Determinación del Precio de Ventas por Costos .....	105
<b>Gráfico: 36.</b> Determinación del Precio de Ventas por el % de Ganancia .....	106
<b>Gráfico: 37 .</b> Modelo sugerido para la determinación de costos.....	117
<b>Gráfico: 38.</b> Tríptico ,1 publicidad.....	122
<b>Gráfico: 39.</b> Tríptico, 2 publicidad.....	122
<b>Gráfico: 40.</b> Productores de Calzado .....	122

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación busca solucionar cualquier inadecuado control que pueda existir en el control y manejo de los costos de fabricación y la fijación de los precios de venta del sector manufacturero de calzado del cantón Cevallos, por lo cual se determinara en primera estancia que tanto conocen los empleados, fabricantes acerca del control de costos, y por otro lado como determinan los precios de venta, indicándonos así que opciones les dará para mejorar los niveles de rentabilidad.

En el **Capítulo I** denominado: **ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**; se plantea, la problemática, la contextualización en niveles macro, meso, micro, así como también la relación causa-efecto del problema, la formulación del problema, análisis crítico, justificación de la investigación, como también el objetivo general y sus objetivos específicos.

En el **Capítulo II** denominado: **MARCO TEÓRICO**; se presenta relacionado con el tema que vamos a investigar, se identifican los antecedentes investigativos, la fundamentación científica-técnica, la sistematización de la teoría existente, el análisis y la síntesis de la misma, la conceptualización de las variables tanto dependientes como independientes empleando preguntas directrices y la hipótesis.

En el **Capítulo III** denominado: **METODOLOGÍA**; se detalla en la modalidad que describe como realizaremos la investigación, el enfoque que orienta si la investigación es cuantitativa, cualitativa o mixta, el nivel de investigación que determina la profundidad a la que llegará la investigación, la población que corresponde a la totalidad de qué o quienes van hacer investigados que claramente serán definidos en buscar información, la muestra que constituye la selección de una parte representativa de la población, mediante cálculos y fórmulas matemáticas, también se realiza la unidad investigativa la Operacionalización de las variables, y la descripción del tratamiento de la información con la ayuda del plan de recolección y el plan de procesamientos de la información.

En el **Capítulo IV** denominado: **RESULTADOS**; se describen los principales resultados obtenidos en el análisis de resultados que permite recapitular las

condiciones en las cuales se obtiene el conjunto de resultados que se analizan, posteriormente se mostrara la interpretación de los resultados y la verificación de la hipótesis estableciendo el criterio con el que se acepta o se rechaza la hipótesis, y establece las limitaciones en el estudio, se elaboran las conclusiones que son contribuciones del autor en la confirmación o el rechazo de la hipótesis planteada, y las recomendaciones que son consecuentes a cada conclusión para mejorar el estudio del problema.

## CAPÍTULO I

### ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1. Tema

“El control de los costos de fabricación y la determinación del precio de venta del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos”

#### 1.1. Descripción y Contextualización

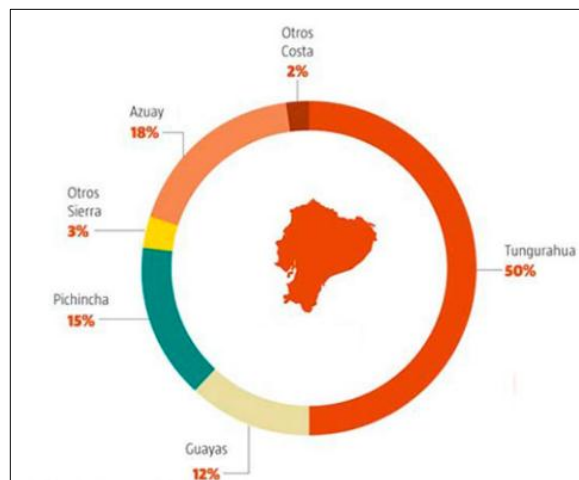
##### 1.1.1. Macro contextualización

Según diversos investigadores, geólogos, arqueólogos y demás científicos coinciden que existen evidencias del calzado de hace millones de millones de años desde AC, *“a parte de las cuevas y utensilios de piedra aprendieron a curtir el cuero, arte muy antigua que se ha mantenido hasta el momento actual, sin embargo con la llegada de la tecnología y los avances de la presente era, el curtir el cuero se ha modificado actualizando la misma.*

*Por ejemplo la utilización de calzado en los países fríos es el mocasín, y la sandalia en los países cálidos o de clima caliente”,* (Pinto Garcia, 1999). Actualmente existen diversos tipos, diseños, calidad de calzado tanto para hombre, mujer, niños y niñas. Con el pasar del tiempo el calzado ha ido evolucionando en sus diseños, desde la aparición de las sandalias y mocasines cambiaron a botas, botines, zapatos con tacón ya sea alto, bajo medio o solo plataforma, la materia prima también ha tenido algunos tipos de modificación como es *“el cuero sintético, gamuza, lona, tela, etileno, acetato de vinilo, como también goma, polímeros entre otros”* (Ideboen, 2014).

En décadas pasadas, desde los años cincuenta los talleres artesanales han ido transformándose en empresas rentables para la economía del país, incrementándose cada vez más, desde un nivel artesanal excelente hasta un calzado industrial capaz de abastecer las demandas de mercado, volviéndose así un Ecuador competitivo en un sector manufacturero del calzado internacional.

En el Ecuador las fábricas han sido mejoradas e industrializadas gracias a los avances de la tecnología sin embargo en los últimos años han ido concentrándose en provincias específicas del país, ya sea por su forma o tamaño económico es decir pequeña, mediana o grande empresa y/o industria, ubicándolas así: en Tungurahua el 50%, Azuay el 18%, Pichincha el 15%, Guayas el 12% y el porcentaje restante corresponde entre Cañar y talleres distribuidos por el resto del país.



**Gráfico: 1.** Producción de Calzado en el país.

**Fuente:** Cámara Nacional de Calzado y Ministerio de Industrias

Según el Diario El Comercio (2011) , refieren que:

En la actualidad la industria ecuatoriana del calzado genera alrededor de 100.000 empleos, convirtiéndose en el sector productivo que más fuentes de empleo crea en el Ecuador. Este sector cuenta con 3.000 micro productores que trabajan a su máxima capacidad, explicó Lilia Villavicencio, Presidenta de la Cámara del Calzado de Tungurahua, durante la inauguración de la Feria Piel Moda Internacional 2011.

*“Durante el 2009 las grandes empresas de cuero y calzado sufrimos un gran impacto, puesto que el 30% de nuestros empleados desertaron de las compañías para ponerse pequeños negocios con sus familias. Hoy cada micro empresario crea 30 fuentes de empleo”,* mencionando Villavicencio en la entrevista. Las cifras mencionadas por la presidenta de la Cámara de

Calzado de Tungurahua son cifras del año 2009 hasta 2011, años en que el calzado ha intentado sobresalir mediante ferias internacionales.

Refiriéndose el Diario la Hora (2013), menciona:

A inicios de la década pasada, los productos asiáticos empezaron a entrar con fuerza en el mercado ecuatoriano. Entre estos, calzado de diferente tipo, que se podía conseguir hasta en 5 dólares el par, lo que significó una fuerte competencia para el sector local.

*“Ingresaba calzado cuyo valor no superaba los 0,57 centavos y, además, había la entrada de zapatos usados. Estos factores casi desaparecen a la industria nacional”,* En 2008, la elaboración de calzado era de 15 millones de pares al año mientras que a 2012 se ubicó en 30 millones y los productores son más de 5.000 a nivel nacional, que generan 100 mil plazas de empleo directo e indirecto en todo el territorio. *“Las cifras demuestran el crecimiento del sector gracias a la participación empresarial”, manifestó Lilia Villavicencio, presidenta de la Cámara Nacional de Calzado.*

En opinión de El Tiempo, (2016), menciona:

*“La industria del calzado destaca por su crecimiento, las exportaciones del sector fueron el año pasado de 38,9 millones de dólares y sus destinos principales fueron Colombia, Perú, Venezuela, Guatemala y Estados Unidos”.*

Así como el calzado se destaca por su crecimiento después de la crisis del 2008, también intenta mantenerse en la actualidad con la competencia constante y precios de venta bajos, contribuyendo con procesos de producción y fabricación de calzado innovadores intercambiando tanto experiencias como métodos para poder mantenerse en el mercado manufacturero del calzado.

### **1.1.2. Meso contextualización**

Teniendo a la provincia de Tungurahua como mayor referente en la industrialización, fabricación y producción de calzado podemos decir, que se ha convertido en una provincia pionera y sólida en la región Sierra del sector de calzado.

Según Ecuamex, (2016), menciona:

La provincia de Tungurahua abarca la producción del 44% a nivel nacional, esto significa que 44 de cada 100 pares de zapatos elaborados en el país fueron hechos en Tungurahua, en donde existe una amplia gama de productores micro, pequeños y medianos empresarios que mantienen sus talleres y fábricas en parroquias rurales del cantón Ambato como Ambatillo, Atahualpa, Huachi, Izamba, Martínez, Picañhua, Quisapincha y Totoras.

*Dado el impulso al sector a partir de las salvaguardas arancelarias impuestas por el régimen para la importación de calzado, la industria nacional ha debido incrementar su producción en el 40%, porque paralelamente sus ventas crecieron en 30% anual. Según el INEC el consumo per cápita de calzado en Ecuador es de 2,7 pares de zapatos al año, sus precios en el mercado oscilan entre 15 y 70 dólares según la calidad, diseño, procedencia y sitio de comercialización.*

En la actualidad los precios de venta del calzado son cada vez más competitivos por esa razón en Tungurahua está ubicada la sede de la Cámara Nacional de Calzado (Caltu), lugar en el que existe el laboratorio de pruebas físicas – mecánicas que sirven para verificar el material que se utilizara en la elaboración del calzado.

Mediante la entrevista que realizo el Diario la Hora, (2016) , Luis Montero, director ejecutivo de la Caltu, mencionó que:

*Dos de las máquinas más importantes son el fluxómetro de suelas y el de calzado. En la primera se simula el doblamiento que tiene la planta de un zapato con el caminar de una persona, lo que permite determinar el área en la cual la planta se quiebra. El mismo resultado se obtiene en el caso de la segunda máquina, pero con el calzado ya terminado, es decir, se aparenta que el zapato es usado por la persona en infinidad de veces hasta que se termina.*



*El laboratorio está prácticamente terminado, se espera solo el resultado de una certificación del Instituto de Acreditaciones para empezar con el servicio a los 5.000 productores de calzado de Tungurahua que fabrican alrededor de 17 millones de pares de zapatos al año.*

En la revista Líderes, (2012), menciona que:

*Con zapatos nacionales a precios competitivos, se produjo el efecto dominó en el mercado, que desencadenó en mayores compras. Cifras del Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro) muestran que, en el 2008, la venta interna de zapatos nacionales representó USD 165, 7 millones. Para el 2011 la cifra escaló a 318 millones.*

*La industria del calzado ha experimentado un importante crecimiento desde el 2009. Datos de la Cámara de Calzado de Tungurahua (Caltu), señalan que de los 15 millones de pares de zapatos que se producía en el 2008, se pasó a 28,8 millones en el 2011. Es decir, en tres años, el nivel de manufacturación se incrementó en un 154% según el Ministerio de Industrias.*

Tomando en cuenta lo mencionado podemos decir, que el 50% de la economía en el sector manufacturero de calzado, depende de la provincia de Tungurahua tecnificando así a los artesanos, además de implementar plantas de fabricación en los diferentes cantones productivos del sector de calzado

### **1.1.3. Micro contextualización**

*“Tungurahua se encuentra conformada por nueve cantones, teniendo en el tercer lugar el Cantón Cevallos conocido como el cantón del calzado ecuatoriano, huertos frutales y fértiles, comidas típicas y tradiciones”, (Hostgator, 2001).*

Cevallos se encuentra a 25 minutos de Ambato manejando a 60 kilómetros por hora, encontrando un monumento que llama la atención al momento de ingresar al cantón, monumento artesanal que describe la actividad económica que se dedica dicho cantón. Llamándolo así “El Artesano” por la fabricación del calzado.

Podemos decir que los precios del calzado de cuero puro, comparados en Quito, Guayaquil u otros lugares son bajos, precios que se encuentran en constante competitividad tanto local, nacional como internacional.

En Cevallos podemos localizar tres asociaciones de calzado como son: Calzafince, Unicalza, Aprocalza y fabricantes artesanos que no se encuentran asociados. Mientras que las asociaciones ya nombradas se dedican a la defensa del interés de los socios ofreciendo la unidad de los fabricantes-socios, calidad del calzado, productos innovadores con diseños actualizados y el mantener el precio de venta de cada producto.

Según La Hora, (2012), informa que:

Los productores de calzado que forman parte de las asociaciones Calzafince, Aprocalza y Unicalza, así como de los productores independientes de Cevallos, Tisaleo, Mocha y Quero, participan de un curso de formación asociativa

El Gobierno Municipal de Cevallos, con el apoyo del Gobierno Provincial de Tungurahua, y la Cámara de Calzado de Tungurahua (Caltu), organizaron un taller de técnicas y estrategias para proveedores de materia prima, materiales y suministros para calzado, en el que los artesanos productores podrán negociar y adquirir en forma conjunta todo lo que necesiten para fabricar zapatos, así como recibir conferencias técnicas sobre los usos y beneficios de los mismos.

Este evento es parte de un proceso de apoyo en la mejora de las actividades productivas de Tungurahua para los artesanos del sector calzado enmarcados en la Agenda de Competitividad de Tungurahua y el Parlamento Trabajo.

Según Ollustrator, (2015), indica que:

***“Es una empresa dedicada al diseño, producción y comercialización de calzado y afines cuya misión es ofrecer productos de calidad para hombres y mujeres sin intermediarios aprovechando la experiencia en el mercado y el trabajo constante en equipo, incorporando productos no contaminantes a***

*fin de contribuir con el medio ambiente para garantizar un crecimiento continuo y rentable”.*

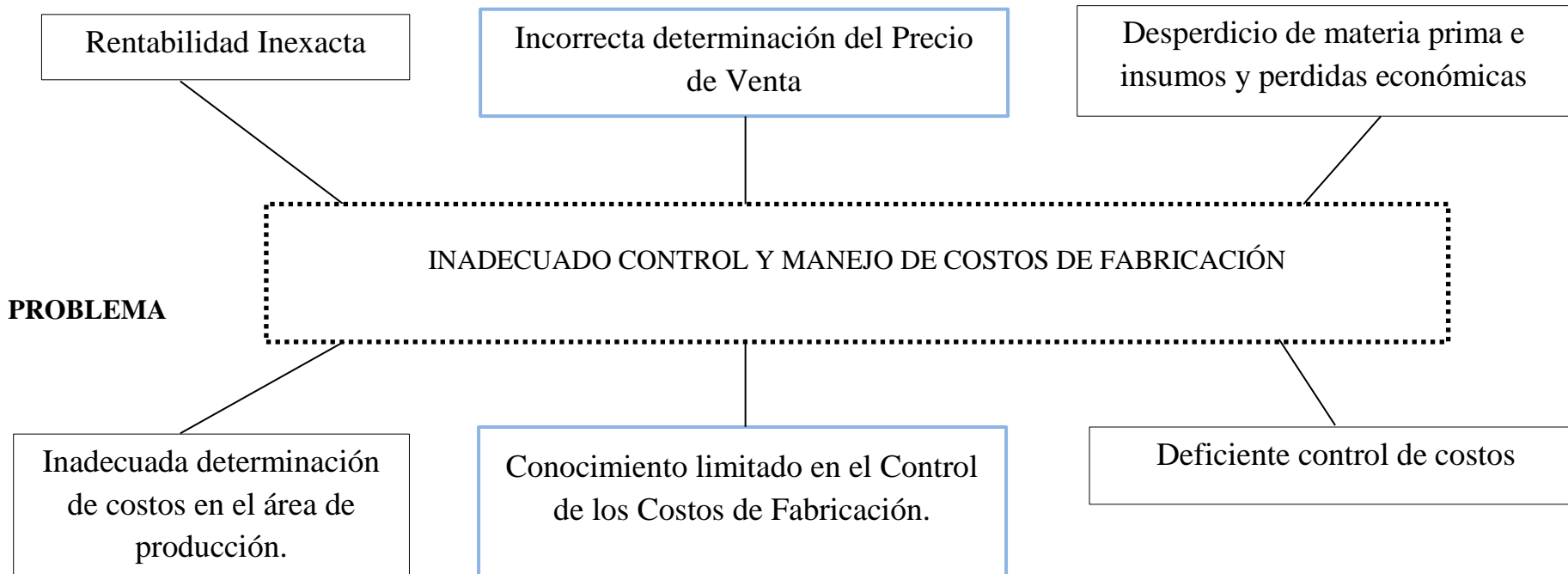
## **1.2. Formulación y Análisis Crítico**

### **1.2.1. Formulación del Problema**

¿Cómo el control de los costos de fabricación se relaciona con la determinación del precio de venta del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos?

### 1.2.2. Árbol de Problemas

#### EFFECTOS



#### CAUSAS

**Gráfico: 2.** Árbol de Problemas  
**Elaborado por:** Viviana Torres  
**Fuente:** Investigación de Campo

### **1.2.3. Análisis Crítico**

En Cevallos la producción de calzado ha bajado evidentemente, ya sea por los costos de fabricación, los precios de venta competitivos, y la inadecuada determinación de costos en el área de fabricación y producción.

Contando también con la economía escasa para la contratación y pago de la mano de obra, la falta de pedidos de calzado, los costos altos para la producción, limitando así a los artesanos y a las industrias influyendo de tal manera en la calidad del producto.

En la actualidad el sector manufacturero de calzado afronta diversas dificultades en las que se menciona:

El inadecuado control de los costos de fabricación siendo el resultado de conocimientos profesionales limitados y deficientes en el área de costos al momento de iniciar los procesos de producción, afectando así la rentabilidad, el precio de venta de la mercadería.

El manejo interno deficiente en el área tanto contable como mano de obra ocasiona pérdidas económicas, y bajos pedidos en el área de fabricación.

### **1.3. Justificación**

En el presente trabajo investigativo se justifica ampliamente, en la importancia de determinar el precio de venta, teniendo un adecuado control de costos de fabricación, este proceso entre sus aspectos positivos, dan a conocer el costo de cada orden de producción, así como también sirve para saber el valor de lo que está en proceso y sirve para controlar operaciones que son de varios productos. Teniendo en mente que la competencia es cada vez mayor en la satisfacción de las necesidades de los clientes, aumentando así el número y la variedad de productos ofertados y demandados en el mercado del calzado, por lo que es necesario ofrecer un valor agregado y una existencia en inventarios justificada y real para dicha oferta.

En la actualidad existe una compleja forma de registrar y determinar costos en la producción, así como tener un eficiente control en los mismos. Priorizando la disminución de errores en la optimización de costos de fabricación, producción,

mano de obra, los costos indirectos y directos de fabricación, el registro y control de la materia prima, desechos e insumos.

El sector manufacturero de calzado del cantón Cevallos, hace mucho más necesario determinar el precio de venta y los costos productivos para que se permita asegurar la eficiencia y eficacia en cada uno de los procesos. Esta investigación que se pretende realizar tiene como finalidad conocer el control de los costos de fabricación y de cómo se determina el precio de venta, teniendo en cuenta que estos factores son la base del crecimiento económico.

La investigación tiene como objetivo reflejar los problemas del sector del calzado en el Cantón de Cevallos, de cómo determinar precios y costos tanto de fabricación como de producción, tratando de no disminuir la mano de obra ya sea artesanal como industrial.

Por lo tanto, está dirigida a las industrias, artesanos, empresas que forman parte del sector del calzado para detectar los procesos inadecuados al momento de fijar los precios de venta de cada producto, métodos que se utilizan desde el inicio hasta la finalización de la elaboración del calzado. A demás de lo citado la contabilidad y el sistema de costeo deben ser realizados apropiadamente para alcanzar una rentabilidad aceptable tanto para el gerente, personal laboral como para sustentar las necesidades, costos y gastos de la empresa.

Utilizando un adecuado control y manejo de costos beneficiaría al sector manufacturero aumentando la producción y fabricación del calzado, teniendo como apoyo un registro ordenado y preciso en el área de contable y de costeos.

El presente trabajo de investigación permite investigar y determinar la forma de fijar el precio de venta de una manera eficaz, eficiente, exacta a través de un óptimo control en el área de costos, desarrollando e incrementando la economía del sector del calzado.

La importancia de esta investigación es generar resultados factibles para un adecuado manejo, control de los costos de fabricación y la manera de determinar el precio de venta en el sector manufacturero de calzado de cantón Cevallos.

#### **1.4. Objetivos**

##### **1.4.1. Objetivo General**

Analizar el control de los costos que intervienen en la fabricación para la determinación del precio de venta del sector manufacturero de calzado, en la asociación de calzado y afines del cantón Cevallos.

##### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Identificar el proceso que se utiliza para la determinación del precio de venta.
- Determinar el control de los costos de fabricación adecuado para obtener una asignación eficaz en el proceso productivo.
- Investigar qué modelo aplican para el control de los costos de fabricación y la determinación del precio de venta en el Sector Manufacturero de Calzado del Cantón Cevallos.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2. Antecedentes Investigativos

Posteriormente de haber realizado visitas al sector manufacturero de calzado en el Cantón Cevallos, nos damos cuenta que existen varios proyectos de investigación, pero con características y temas diferentes que a su vez nos ayudaran como guía, permitiendo el desarrollo del presente proyecto y el entendimiento productivo del tema propuesto.

En esta investigación se tomara en cuenta proyectos y tesis existentes en Páginas Web, Libros, en Repositorio Digital de diferentes Universidades y Biblioteca de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato cuyos trabajos han sido realizados con veracidad y objetividad.

Como uno de varios antecedentes investigativos tomamos en cuenta el trabajo de Romero Narvárez Ivonne Gabriela, (2013) , con el Tema *“Implementación de un sistema de contabilidad de costos por órdenes de producción para la industria gráfica TODOPRINT CIA. LTDA a fin de minimizar costos y fijar precios de venta”*, Tesis previa a la obtención del título de Ingeniero Comercial con Especialización en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Politécnica Salesiana SEDE Quito, se planteó como objetivos los siguientes:

a) “Conocer los costos por departamentos o secciones productivas para llevar el control de las operaciones a través de un estado especial denominado “Estado de Fabricación o Estado de Producción” que nos muestra el aspecto dinámico de la producción referida a un periodo determinado”; b) “Controlar las operaciones, los costos y los gastos, información amplia, oportuna y primordial en la determinación correcta del costo unitario”; c) “Fijar precios de venta, normas o políticas de operación o explotación, valuación de artículos terminados y en proceso, determinación del costo de producción de lo vendido, decisión sobre comprar,



fabricar o mandar a maquilar, indicativos para la planeación y control presupuestal así como de utilidades. Existen diversos sistemas contables para optimizar costos y gastos, con resultados positivos para la fijación de los precios de venta”. Esta investigación fue producto de un complejo trabajo de campo en la que se utilizó técnicas interesantes cuya información le permitió obtener como conclusiones las siguientes:

a) “Con el diagnóstico preliminar podemos establecer que existe falencias respecto a que el personal no identifica claramente la misión y visión de la compañía, así como también los objetivos planteados por la gerencia no son comunicados a todo el equipo de trabajo y la falta de conclusión se refleja en la carencia de estrategias de trabajo y de mercado para lograrlo”; b) “El sector gráfico depende mucho de los avances tecnológicos, actualmente la empresa cuenta con equipo y maquinaria para desarrollar su trabajo actual, sin embargo la tecnología que posee no está de acuerdo con las exigencias del mercado y competencia”; c) “ Realizando el análisis de clientes y facturación con su respectiva participación, podemos identificar que la facturación de la compañía recae el 50% solo en dos clientes claves Banco Pichincha y Virumec, situación que refleja la falta de diversificación de cartera”.

En el trabajo investigativo de Jácome García William Andrés, (2012), denominado ***“Estrategias de fijación de precios y su incidencia en las ventas en la empresa de calzado El Trébol”***, Tesis previo a la titulación de Ingeniero en Administración de Empresas, en la Universidad Técnica Particular de Loja, que menciona lo siguiente:

a) “Mantener un esquema sólido y constante en ventas y crecimiento en los ingresos”; b) “Identificar las debilidades y amenazas para mejorar la calidad en el servicio al cliente”; c) “Tomar las fortalezas y oportunidades como base para llegar a un segmento más amplio de mercado”. La investigación tiene un amplio trabajo de campo mediante hipótesis, encuestas para tener como conclusiones:

a) “Existen varios factores como los económicos, políticos, demográficos, entre otros que influyen en una persona al momento de comprar calzado, los cuales consienten e inconscientemente terminan con la compra de un producto que se acopla a sus

necesidades ya sea en su calidad, modelos, novedad, precios, etc.”; b) “ La mayor parte de la población de Latacunga se concentra en el área urbana, lo cual le convierte en un nicho de mercado que debe ser explotado con productos indispensables en la vida del ser humano como los zapatos que se utilizan a diario para las distintas actividades que realizamos”; c) “ El estado en su afán de regular la competencia desleal que existe en nuestro país con la invasión de calzado chino, colombiano, peruano entre otros, ha creado medidas arancelarias que no ponga en desventaja a las empresas nacionales”.

Según el proyecto de investigación de Cando Chucaralao María Inés y Pallo Laica Rosa Mercedes, (2015), con el tema *“Implementación de un sistema de contabilidad de costos por órdenes de producción en la Empresa de calzado César Vaca, ubicada en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi”*, Tesis presentada previa a la obtención de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA de la Universidad Técnica de Cotopaxi, que plantea lo siguiente:

a) “Mediante una investigación utilizar teorías relevantes que aporten para el desarrollo del problema planteado”; b) “Conocer la relación y su función que cumple cada categoría fundamental dentro de una empresa, además su importancia y sus formas de aplicación en la misma”; c) “Con la obtención de información, identificar las herramientas que sean de mucha utilidad para la realización del tema investigación”. Esta investigación ha interpretado la información obtenida a través de análisis adecuados llegando a las siguientes conclusiones:

a) “La empresa de calzado Cesar Vaca no dispone de una organización administrativas y contable al 100%, ya que actualmente se está efectuando la contabilidad dentro de la misma, tan solo mantenía un registro de ingresos y gastos encargado a través de su Propietario, y que personas conocedoras de la materia en contabilidad y en costos han estado ausentes para saber orientarlos adecuadamente”; b) “El personal de planta asegura conocer parte de su trabajo, pero que se han visto limitado muchas veces por la falta de capacitación, y que esto hace que las funciones en que se desarrollan en el área productiva, logren un nivel óptimo de producción,

además consideran que se debe incrementar personal para las actividades que se creyera conveniente con el fin de alcanzar con una mejor producción que cumpla con las expectativas y demandas de los clientes”; c) “No existe un sistema de costos que les permita determinar con exactitud los costos reales del producto, lo que ha conllevado a establecer un precio empírico que no permite conocer con exactitud la verdadera inversión que se utiliza en la fabricación de cada producto terminado”.

En la investigación de Guaraca Lituma Erika Eveania, (2015), denominada ***“Diseño de un sistema de costos por procesos de producción, el sector de la zapatería del Cantón Gualaceo”***, Tesis previa a la obtención del título de Contadora Pública Auditora de la Universidad de Cuenca, con lo siguientes objetivos:

a) “El objetivo de diseñar un sistema de costos por procesos es obtener el costo total de producción de calzado, así como también el costo unitario de un par de zapatos, esto para determinar el modelo óptimo de gestión del modelo de producción”. Esta investigación ha realizado un amplio trabajo de campo teniendo como conclusiones las siguientes:

a) “El promedio de la cantidad de zapatos elaborados al día es de doce pares, esto debido a que la técnica que utiliza la mayor cantidad de fábricas es manual, y a la falta de implementación de maquinaria, el problema que ocasiona esta situación en las fábricas de calzado es el incremento del costo y del tiempo de producción de un par de zapatos, debido al alto costo que tiene la mano de obra”; b) “El proceso de producción diseñado se encuentra conformado por nueve pasos, que llegan a ser suficientes para cumplir con el proceso de producción y son los que todos los productores realizan en la fábrica de calzado, este proceso comienza con el Diseño, seguido por el cortado, aparado, prensado, descalce y por último el terminado, este proceso se repite cada vez que se elabora un nuevo modelo de calzado”; c) “Las ventas son que se realizan únicamente a nivel nacional, lo que indica que el calzado que se está elaborando en el cantón aún no se encuentra listo para ser comercializado a nivel internacional, hace falta perfeccionar las técnicas de calzado y tener un mejor terminado y calidad”.

Según la investigación realizada por Chabla Quinabanda Lissette Karina y López Parrales Cynthia Gisella, (2015), con el tema denominado ***“Metodología para la determinación de los costos de producción en la industria avícola de GAPV S.A. del Cantón Santa Lucía provincia del Guayas”***, previo a la obtención del título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría – CPA en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, menciona lo siguiente:

a) “Proponer métodos de costos para la correcta determinación de los costos de producción”; b) “Revisar metódicamente los procedimientos y registros que se deban realizar en los procesos productivos de la empresa Gapv S.A.”; c) “Analizar metodologías que brinde información relevante para la toma de decisiones reflejada en los estados financieros de la empresa Gapv S.A”. En la investigación mencionada fue aplicada amplia y complejamente con técnicas aplicables teniendo como conclusión las siguientes:

a) “En el proceso productivo de la empresa no hay un adecuado control de la recepción, alimentación, mortalidad de los pollos de cada lote por ende afecta los costos de producción”; b) “No llevan un manejo y control adecuado de los elementos del costo; el registro de las hojas de costos de cada lote no se encuentran bien detallada, así como también los registros del trabajo realizado por el personal que labora en la empresa es decir las funciones que realizan cada uno de ellos; esto hace que no permita asignar dichos costos a cada lote de producción y a su vez no tener datos acertados”.

En la investigación de Benítez Castro Cecilia Verónica y Chávez García Teresa Leonor, (2014), con el tema ***“El sistema de costos ABC y su incidencia en la rentabilidad de la empresa de calzado RIP LAND S.A.C”***, para obtener el título Profesional de Contador Público en la Universidad Privada Antenor Orrego, mencionan lo siguiente:

a) “Conocer el estado actual del sistema de costeo y rentabilidad en la empresa de Calzados Rip Land S.A.C”; b) “Diseñar un sistema de costos ABC, de acuerdo a la necesidad de la empresa”; c) “Aplicar el sistema de costos ABC en la empresa de

Calzados Rip Land S.A.C; d) Evaluar si el sistema de costos ABC aplicado en la empresa, mejora la rentabilidad en la empresa de Calzados Rip Land S.A.C”. Esta investigación es el resultado de un amplio trabajo investigativo de campo en el que se concluye en lo siguiente:

a) “Como resultado del diagnóstico realizado al sistema de costeo y rentabilidad de la empresa de Calzados Rip Land S.A.C., se identificó que se aplican inadecuadamente procedimientos para el control y registro de sus costos, por lo que no son distribuidos de una manera técnica y el método de costeo no informa acerca del costo por actividades, y por lo tanto, no permite gestionar los costos con la finalidad de reducirlos o aplicarlos de una manera adecuada”; b) “Se diseñó el sistema de costeo ABC de acuerdo a la realidad de la empresa de Calzados Rip Land S.A.C. y las bases teóricas, lo que nos permite asignar mejor los costos indirectos por cada actividad de la empresa, así mismo nos ayuda a determinar la rentabilidad real, para la toma de decisiones por parte de la gerencia”; c) “Se aplicó el sistema de costeo ABC en las líneas de producción de calzado, resultando rentables los productos; los mismos que conllevarán a que los procesos sean más eficientes y óptimos”.

Según la investigación de Carangui Illescas Erika Estefanía y Macancela Pillajo Julia Noemí, (2013), con el tema ***“Diseño de un Manual de Procedimientos Contable y Presentación de Estados Financieros basados en Costos ABC y las NIIF/NIC para PYMES en la Empresa “Sherinas Cárdenas Factory” en el Cantón Gualaceo”***, Tesis previa a la obtención del Título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, en la Universidad Politécnica Salesiana SEDE: Cuenca, menciona lo siguiente:

a) “Mantener al personal capacitado para que ejecute cada año sus funciones con calidad, potenciando los valores de profesionalismo y servicio”; b) “Respetar el medioambiente a través de un desarrollo sostenible en todas las etapas involucradas en proceso productivo mediante la utilización de los pegantes ecológicos”; c) “Llegar a trabajar con los mejores proveedores y clientes del mercado, para proporcionar valor agregado a los servicios y productos que comercializamos”; d) “Posicionar a nuestras marcas dentro del segmento líder del

mercado”; e) “Implementar nuevas tecnologías para una producción de calidad”. La investigación ha realizado varias técnicas investigativas que han ayudado a llegar a las siguientes conclusiones:

a) “La organización interna del área de contabilidad es precaria debido a que desconocen sobre las normativas de organización, no hay una adecuada segregación de funciones”; b) “La empresa aplica únicamente una contabilidad comercial a pesar de que es una empresa industrial”; c) “El precio de venta actual está determinado en base a un aproximado, ya que no toman en cuenta los tres elementos del costo”.

En la investigación de Arcos Sandoval Esteban Javier, (2015), con el tema “*Análisis de la competitividad y tecnificación de la industria del calzado en el Ecuador*”, Tesis de grado previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, en la Universidad San Francisco de Quito, con los siguientes objetivos:

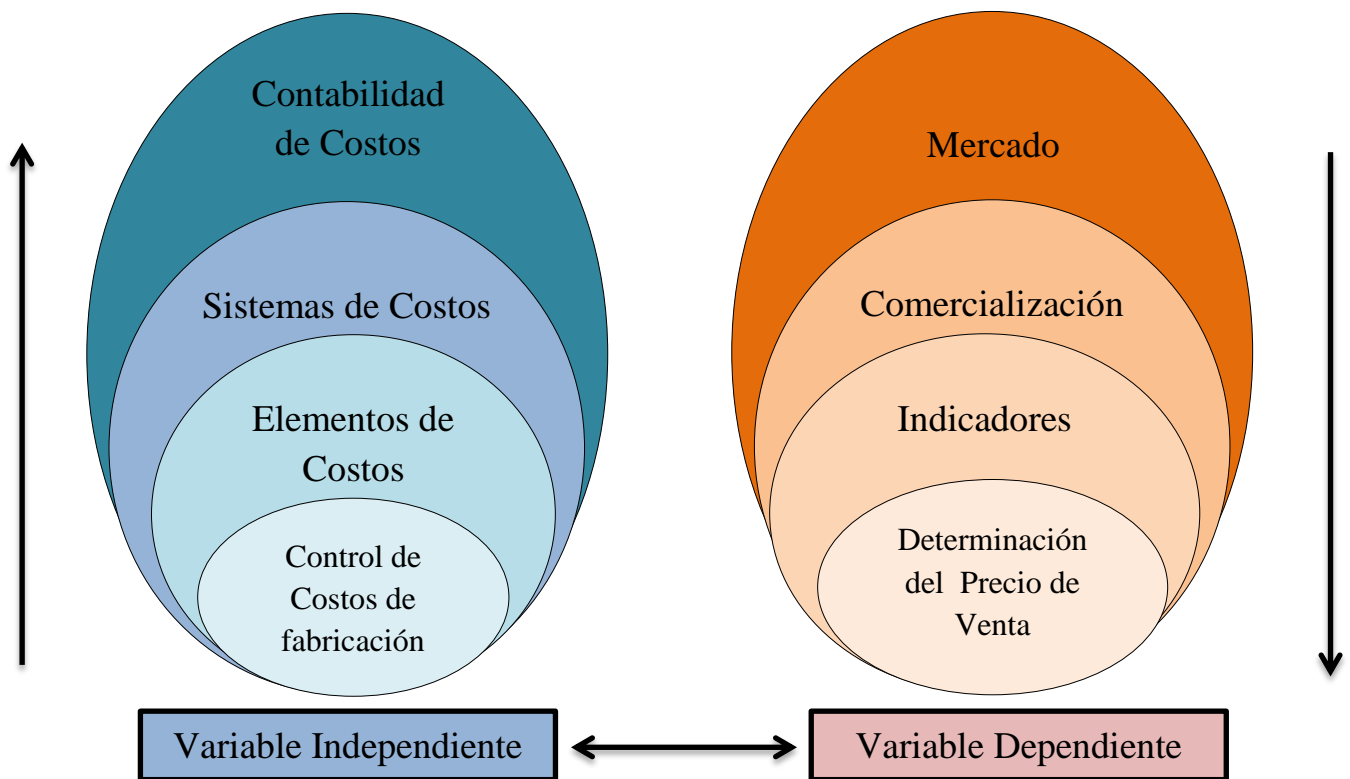
a) “Investigar cuales son los principales problemas que debe afrontar el productor ecuatoriano y saber cuáles son sus necesidades dentro del sector”; b) “Conocer cuáles son los estándares internacionales con los que un calzado debe cumplir para que ser competitivo”; c) “Conocer las principales teorías acerca de la ventaja competitiva y la manera de aplicarlas al sector del calzado ecuatoriano”. La investigación es producto de un arduo trabajo de campo en el que se usó técnicas satisfactorias para recopilar la información necesaria para tener como conclusiones las siguientes:

a) “Uno de los principales problemas que enfrenta el productor nacional es la falta de conocimiento sobre el diseño, según se pudo conocer a lo largo de la investigación no existen capacitaciones en el sector sobre este tema generando que el artesano copie modelos del exterior o de diseñadores locales por lo que se propone la creación de un centro o instituto nacional de diseño para que el artesano pueda lograr superar este problema que enfrenta, y por otra parte que no tiene los equipos tecnológicos necesarios para diseñar desde una computadora los diseños para que luego una máquina los corte automáticamente y saquen los moldes”; b) “Pese al crecimiento de la industria gracias a las medidas de gobierno para salvaguardar a la industria, este

sector tiene mucho por crecer y tecnificarse ya que no ha logrado si quiera abastecer la demanda nacional de calzado, ya que como menciona CALTU en el Ecuador existe una demanda insatisfecha de 1.2 pares de zapatos por persona que los productores nacionales no pueden abastecer por falta de producción”; c) “Al determinar la problemática del sector se pudo conocer todo lo que tiene que enfrentar el productor por la falta de competitividad y con esto se pudo cumplir con cada uno de los objetivos planteados en la tesis”.

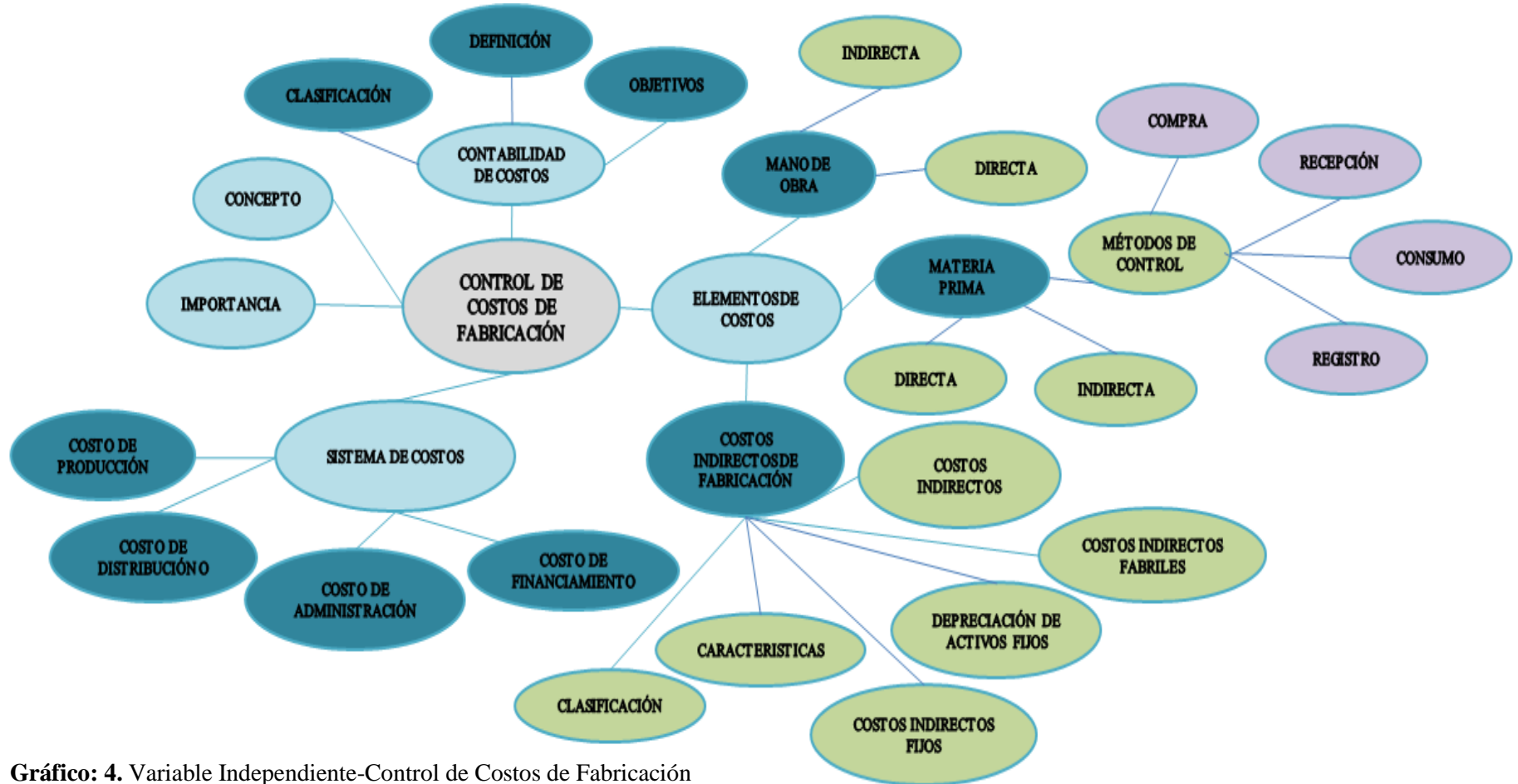
Podemos decir que, tanto las empresas como los sectores manufactureros desean lo mismo, control interno y de costos, adquirir ventajas en el mercado, optimizar los productos, el mejoramiento de la fabricación y aumentar la producción, la fijación de precios de acuerdo a los costos en la utilización de materiales que solventen la fabricación de los mismos.

### 2.1. Fundamentación Científico – Técnica



**Gráfico: 3.** Categorías Fundamentales  
**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)  
**Fuente:** Investigación de Campo

### 2.1.1. Constelación de Ideas Variable Independiente



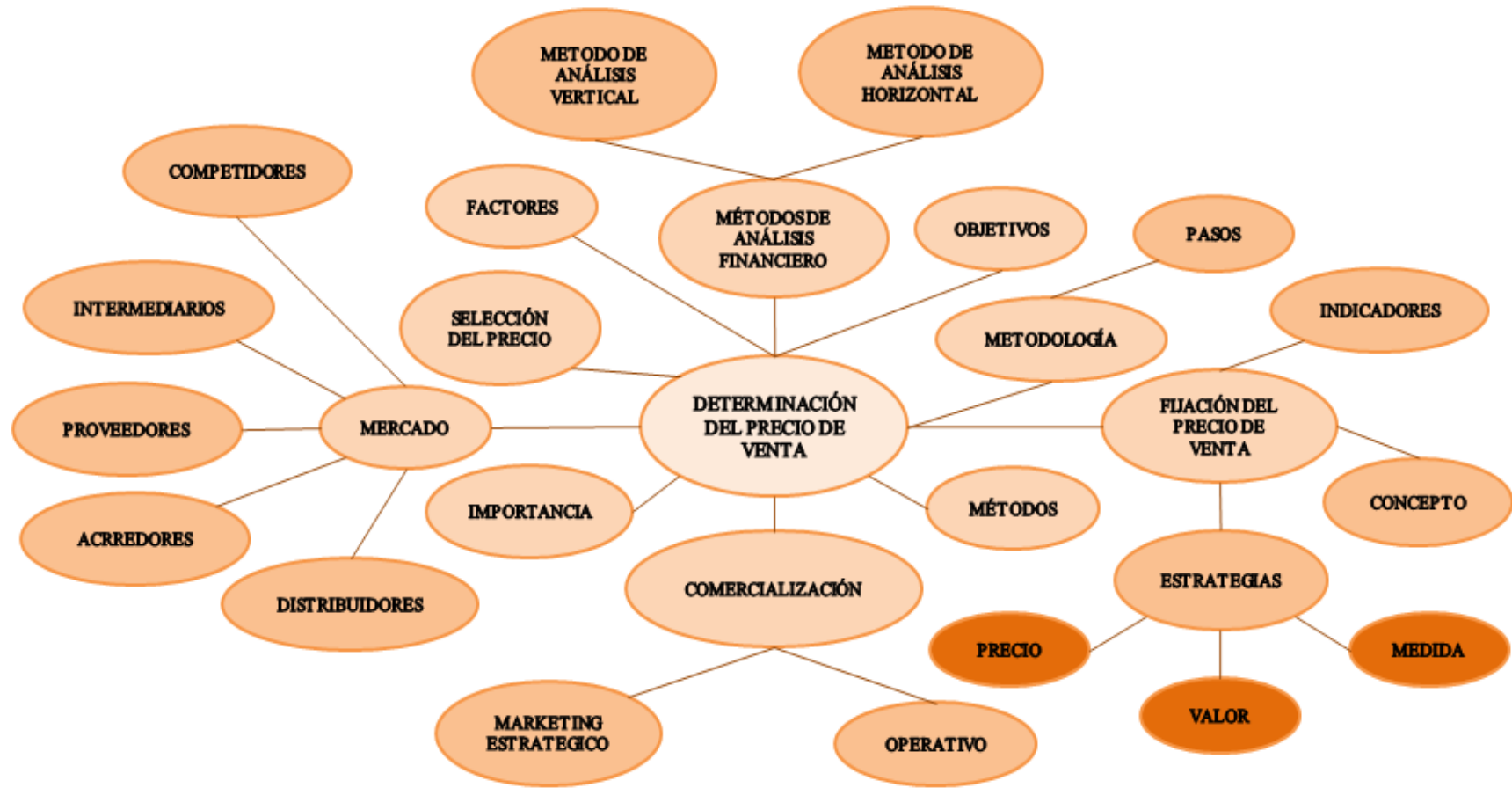
**Gráfico: 4.** Variable Independiente-Control de Costos de Fabricación

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuentes:** Investigación de Campo



### 2.2.2. Constelación de Ideas Variable Dependiente



**Gráfico: 5.** Variable Dependiente-Determinación del Precio de Venta  
**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)  
**Fuentes:** Investigación de Campo

## **2.1.2. Descripción Fundamental de la Variable Independiente “Control de Costos de Fabricación”**

### **Concepto**

Según Fernández Juan Carlos, (2009), menciona que el control de costos es:

*“La aplicación de procedimiento para limitar los costos del proyecto a solo los autorizados, para enfocar los esfuerzos de control a donde son más efectivos y para lograr un máximo control a un mínimo costo”.*

Según Solórzano U. Sayra Corina, (2011), menciona que el control de costos es:

*“Son aquellos costos que se acumulan de los materiales y la mano de obra indirectos más todos los incurridos en la producción pero que en el momento de obtener el costo del producto, terminado no son fácilmente identificables de forma directa con el mismo”.*

En sí, es la aplicación de procedimientos, esfuerzos, y control en recursos directos e indirectos que incurren al momento de la producción, estos costos además de ser difícil de identificarlos son importantes al momento de obtener el costo del producto terminado. Ayudando al seguimiento de cada proceso productivo ya sea en series o repetitivo.

### **Importancia**

Según Solórzano & Lorenzana, (2011), indica que la importancia de control de costos es:

*“Es el valor del conjunto de bienes y esfuerzos en que se incurren para obtener un producto terminado en las condiciones necesarias para ser entregado al sector comercial”.*

La importancia del control de los costos de fabricación es el identificar cada costo directo e indirecto que se utiliza al momento de cada proceso productivo, obteniendo información real de los tiempos y costos que se utiliza en cada área o tarea. Con el seguimiento diario, y dándole una prioridad fundamental al momento de ejecutarla.

## Elementos de Costos

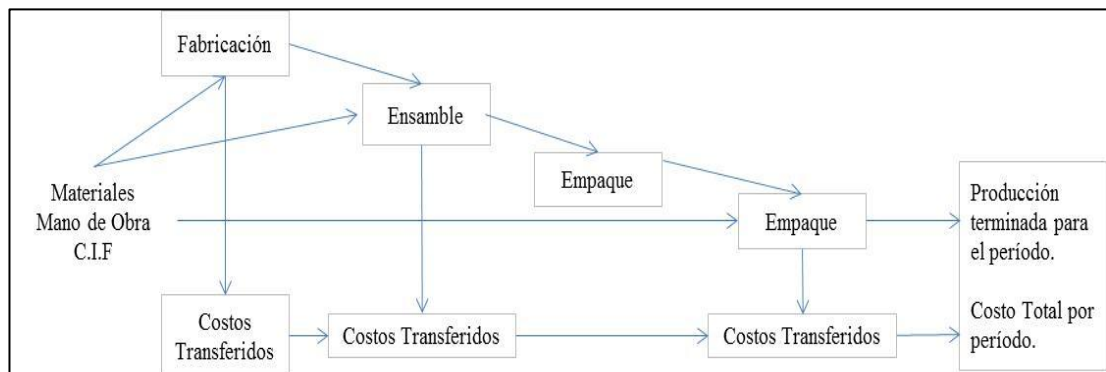
En palabras de Bernard J. Hargadon JR & Armando Munera Cárdenas, (1974, pág. 4), indica que los elementos son:

*“Los que se capitalizan para conformar el costo de los productos fabricados. Estos costos de producción se pueden dividir en tres clases o elementos”.*

Según Zapata Sánchez Pedro, (2007, pág. 9), menciona que:

*“Para fabricar cualquier bien o prestar un servicio será necesario adquirir y poner a disposición del proceso productivo tres elementos consustanciales y vinculados entre sí”.*

Según Cuevas V. Carlos, (2001, pág. 63), los elementos del costo indirecto de fabricación siguen una línea de proceso:



**Gráfico: 6.** Costeo por proceso concepto básico

**Fuente:** Cuevas Villegas Carlos, (2001, pág. 63)

Los elementos del costo están íntimamente involucrados en toda actividad económica o que obtengan fines de lucro, ya que son totalmente necesarios para transformar un material en un producto terminado y listo para la venta.

Sean bienes o servicios los elementos están totalmente entrelazados, ya que un objeto de costo es cualquier cosa que tenga valor o interés útil que genere como resultado un producto un servicio.

## **Mano de Obra**

En palabras de Zapata Sánchez Pedro, (2007, pág. 10), menciona que:

*“Se denomina a la fuerza creativa del hombre, de carácter físico o intelectual, requerida para transformar con la ayuda de máquinas, equipos o tecnología los materiales en productos terminados”.*

Siendo el segundo componente del costo con un trato y estimación adecuada a su asignación ya que constituye el esfuerzo físico que existe detrás de cualquier actividad económica, sin importa la actividad que se realice. Además de que es utilizada para nombrar al costo del trabajo realizado en la producción de productos o servicios.

### **Indirecta**

En palabras de Ramos A. Juan K., (2014), menciona que:

*“Trabajo empleado por el personal de producción que no participa directamente en la transformación de la materia prima, como el gerente de producción, supervisor, superintendente, etc. Esta se considera como parte de los costos indirectos de fabricación”.*

Según Prieto M. Begoña, Santidrián A. Alicia & Aguilar C. Pablo, (2006, pág. 136), indica que en:

*“Los casos de producción múltiple, toda aquella persona que, aunque trabaje directamente sobre los productos, lo hace sobre varios a la vez, por lo que no resulta fácil saber que parte de su actividad ha dedicado a cada uno de ellos”.*

Son trabajadores que su participación no es directa en el proceso productivo no están totalmente involucrados, pero son importantes para la actividad económica siendo por ejemplo el personal administrativo, guardias entre otros. Tanto la mano de obra indirecta como la directa son importantes para el valor exacto de la mano de obra como elemento del costo.

## **Directa**

En palabras de Bernard J. Hargadon JR & Armando Munera Cárdenas, (1974, pág. 5), indica que:

*“Para la transformación de los materiales directos en productos terminados hace falta el trabajo humano por el cual la empresa para una remuneración llamada salario. Los trabajadores de producción son de diversas calases. Algunos intervienen con su acción directa en la fabricación de los productos sea manualmente o accionando las máquinas que transforman las materias primas en productos acabados. La remuneración de estos trabajadores, cuando se desempeñan como tales, es lo que constituye el costo de mano de obra directa, segundo elemento integral del costo total del producto terminado”.*

Es la mano de obra que está involucrada directamente en la transformación del producto, además es el costo más importante en la elaboración del producto o servicio. Asociándolo o identificándolo con facilidad a la hora de clasificarlos y siendo uno de los costos más importantes.

## **Materia Prima**

Es el primer elemento del costo ya que está compuesta con los insumos que se utilizan para la fabricación del producto o servicio, ya siendo los principales o el único elemento a la hora de la fabricación. Es el punto de partida de la actividad económica, por lo cual es el elemento fundamental del costo.

En palabras de Zapata Sánchez Pedro, (2007, pág. 10), menciona que:

*“Constituyen todos los bienes, ya sea que se encuentren en estado natural o hayan tenido algún tipo de transformación previa, requeridos para la producción de un bien”.*

## **Métodos de Control**

En palabras de Carranza Barrón Adair, (2014), indica que es un:

*“Procedimiento administrativo empleado para conservar la exactitud y la veracidad en las transacciones y en la contabilización de estas; se ejerce tomando como base las cifras de operación presupuestadas y se les compara con las que arroja la contabilidad”.*

Son procedimientos, registros, que sirven para la obtención real de la información contable y presupuestaria de los movimientos de la materia prima desde el inicio o momento mismo que ingresa hasta cuando el producto está terminado. Son métodos de registro y control fundamentales para la actividad económica que se realiza.

### **Compra**

Según Jiménez Yraida, y otros, (2008), menciona que:

*“En la función de compra u obtención se distinguen normalmente dos responsabilidades separadas: Control de producción, que consiste en determinar los tipos y cantidades de materiales que se quieren y Compras, que consiste en colocar la orden de compra y mantener la vigilancia necesaria sobre la entrega oportuna del material”.*

Es la etapa más importante ya que al obtener la materia prima se inicia el proceso de fabricación, con el control adecuado del material de inicio a fin, controlando precios y calidad. Es la adquisición del material que servirá para la fabricación del bien o servicio.

### **Recepción**

En palabras de Jiménez Yraida, y otros, (2008), menciona que:

*“La aceptación de los materiales recibidos, después que estos hayan sido debidamente contados, inspeccionados en cuanto a su calidad y comparados con una copia aprobada de la orden de compra. La elaboración de informes de recepción para registrar y notificar la recepción y aceptación de los materiales. La entrega o envío de las partidas recibidas,*

*a los almacenes (depósitos) u otros lugares determinados. Como precaución contra la apropiación indebida de activos”.*

Según Arróliga Jossy, (2000), indica que es:

*“Un formato elaborado con la finalidad de especificar la cantidad y clase de materiales recibidos Los materiales que no sean satisfactorios deben ser devueltos inmediatamente al proveedor y el Informe de recepción debe indicar la cantidad realmente aceptada el Informe de recepción generalmente debe incluir el nombre del proveedor número de la orden de compra fecha en que el pedido es recibido, código del material, cantidad recibida, descripción de los artículos las diferencias con la orden de compra existiesen y la firma autorizada”.*

Es la acción de recibir el material que se está comprando, controlando la calidad, servicio y a su vez el registro, la aceptación, de la materia. Debidamente contados e inspeccionados, tiene como finalidad especificar tanto la cantidad, clase y calidad; de igual manera al no estar satisfechos con el material tienen la obligación de devolverlos a sus proveedores pidiendo el cambio o la rectificación de lo que no se encontró con las especificaciones requeridas.

### **Consumo**

Es la utilización del material adquirido, en el momento de la fabricación del bien o servicio, siendo esta la etapa final del proceso económico, en esta etapa la mano de obra indirecta se encarga de que se ejecute el consumo. También podemos decir en palabras de Navarro Luis A., (2010), mencionando que:

*“El control del uso o consumo de los materiales se inicia cuando los departamentos productivos y/o de servicios solicitan materiales al almacén, utilizando para ello el formato requisición de materiales, el jefe de almacén procede a chequear las existencias e identifica los materiales solicitados y procede a entregarlos”.*

### **Registro**

Es el proceso de identificar la materia prima, producción entrante y saliente, que existe. El registro prueba o contiene la justificación tanto transacciones como la existencia de inventario, ya que puede necesitarse en caso de faltantes de cualquier tipo, siendo un comprobante fundamental en la información cuantitativa.

En palabras de Lara Martínez Octavio Rolando, (2015), indica que es:

*“El sistema de registros de mercancías en el conjunto de procedimientos que permiten identificar la existencia y cantidad de mercancía, que junto con otras cuentas produce información cuantitativa, expresada en unidades monetarias”.*

### **Costos Indirectos de Fabricación**

Los costos indirectos de fabricación son costos de fabricación/producción que no son ni materiales directos ni mano de obra directa, además de ser costos de difícil identificación, está compuesto de los costos incurridos en la fabricación y se considera atribuible al producto, además del material directo que entra en el y se transforma en el producto terminado.

En palabras de Zapata Sánchez Pedro, (2007, pág. 10), menciona que:

*“Constituyen aquellos ingredientes materiales e inmateriales complementarios que son indispensables para generar un bien o un servicio, conforme fue concebido originalmente”.*

En palabras de Zapata Sánchez Pedro, (2007, pág. 128), indica que:

*“Comprenden los bienes naturales, semielaborados o elaborados, de carácter complementario, así como servicios personales, públicos y generales y otros insumos indispensables para la terminación adecuada del producto final o un lote de bienes y servicios”.*

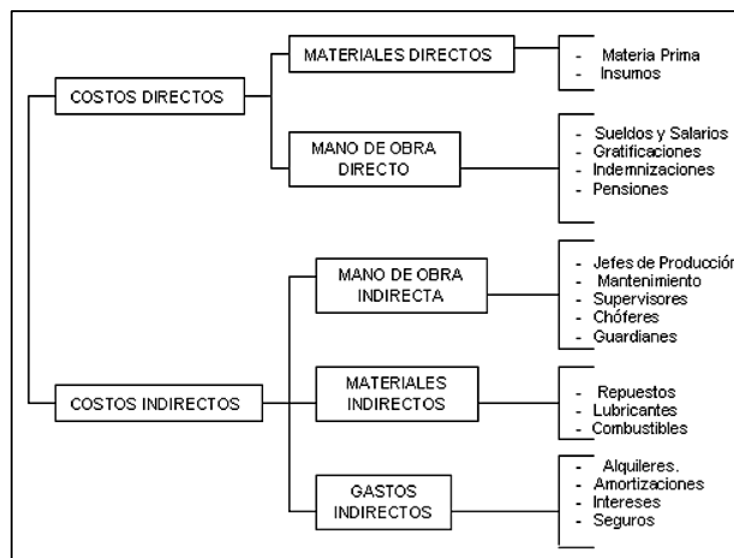
### **Clasificación**



Se clasifican según sus materiales, servicios, importancia, tipo, fabricación, encontrándose en tres grupos; primer grupo Mano de Obra, segundo grupo Materia Prima, tercer grupo Costo de Fabricación. Que participan en el proceso productivo vinculándose entre sí; obteniendo a más del producto terminado, el valor del costo total para su producción óptima.

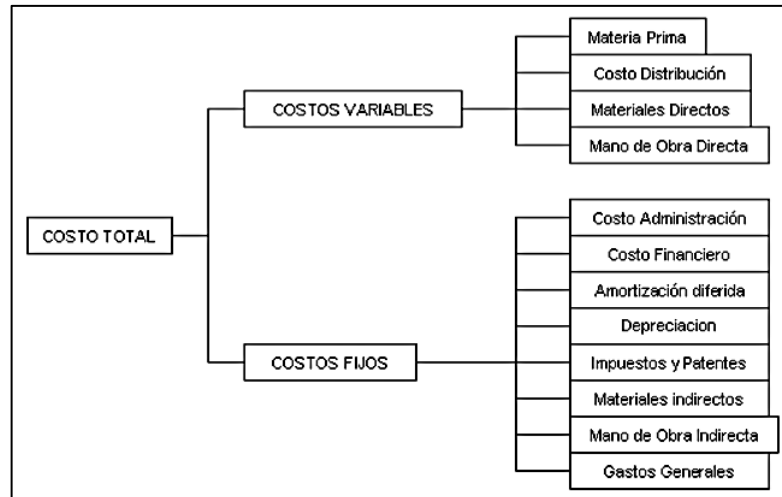
Según Díaz Martell Maritza, (2006) , indica que:

*“Son todos los costos que no están clasificados como mano de obra directa ni como materiales directos. Aunque los gastos de venta, generales y de administración también se consideran frecuentemente como costos indirectos, no forman parte de los costos indirectos de fabricación, ni son costos del producto”.*



**Gráfico: 7.** Según su forma de fabricación

**Fuente:** (Parkingcrew, 2012)



**Gráfico: 8.** Según su variedad

**Fuente:** (Parkingcrew, 2012)

### Características

En palabras de Zapata Sánchez Pedro, (2007, pág. 128), indica que se caracterizan por:

*“Ser complementarios pero indispensables los componentes indirectos resultan fundamentales en el proceso de producción; sin ellos no se podría concluir adecuadamente un producto, un lote o parte de este”.*

Es el proceso que indica lo que se puede mencionar de ellos ya sea la diversidad, heterogeneidad, gastos, costos, bases, siempre y cuando sea clasificados y ubicados en los grupos de mano de obra, materia prima, costos de fabricación ya sean estos directos o indirectos.

### Costos Directos

Los costos directos son costos que pueden identificarse directamente con un objeto de costos, sin necesidad algún tipo de dificultad. Se deriva de la existencia cuyo costo se trata de determinar un producto, servicio, actividad, que ayude a la asociación directa a la producción del mismo y de su costo total.

En palabras de Suarez Salazar Carlos, (2005, pág. 96), indica que el costo directo es:

*“La suma de materiales, mano de obra y equipo necesarios para la realización de un proceso productivo. Aceptamos también que un costo directo puede representarse matemáticamente, mediante una ecuación”.*

### **Costos Indirectos Fabriles**

Son todos los desembolsos que no pueden identificarse directamente con el bien producido, por lo tanto, no puede asociarse a la materia prima directa ni a la mano de obra directa. Los costos indirectos fabriles incluyen todos los costos indirectos indispensables para las operaciones de una fabricación, integración por una gran diversidad de rubros.

Según Velásquez Daniela, (2015), indica que:

*“Incluye todos los costos indirectos indispensables para las operaciones”.*

En palabras Medina R. Ricardo A., (2007, pág. 71), menciona que:

*“Ya se había dicho con anterioridad que la carga fabril debería ser presupuestada y después ser asignada en cada una de las ordenes, precisamente esta fue la situación que nos obligó a mencionar la utilidad que tienen los modelos de regresión y el proceso que se debe seguir con ellos para efectuar las estimaciones”.*

### **Depreciación de Activos Fijos**

Es el mecanismo de reconocimiento de desgaste que sufre el bien por el uso que se realiza para generar ingresos, ya que este sufre un desgaste normal durante su vida útil que al final lo lleva a ser inutilizable. En si la depreciación es el desgaste y pérdida de valor que sufre un bien o activo por el uso que se haga en él.

Hablando contablemente el ingreso generado por el activo usado, se debe incorporar el gasto correspondiente al desgaste que este activo ha sufrido para generar el ingreso, teniendo en cuenta los grupos de activos a depreciar como su naturaleza y vida útil.

Según Horngren, Charles, Harrison Walter & Smith Linda, (2003, pág. 90) , muestran que la depreciación de los activos fijos es:

*“La lógica de la base de acumulación probablemente se ilustre en forma óptima con la contabilización de los activos fijos de la empresa. Los activos fijos son de naturaleza tangible y larga vida-como los terrenos, edificios, mobiliario, maquinaria y equipo usados en las operaciones de la entidad. En palabras de un contador:” todos los activos, salvo los terrenos, están en camino al basurero”. En otras palabras, excepto los terrenos, la utilidad de todos los activos fijos disminuyen conforme aumenta su antigüedad”.*

En palabras de Vargas R. Martha Lucia, (2012), indica que la depreciación de los activos fijos:

*“Son los activos fijos; que son bienes que posee la empresa y no están disponibles para la venta dentro de las actividades normales de la empresa, y solo están para su uso y servicio. Estos activos fijos se clasifican en bienes muebles e inmuebles (es decir que se pueden o no mover de un lugar a otro). La mayoría de los activos fijos de una empresa son bienes muebles, estos son, muebles y enseres, maquinaria y equipo, vehículos, e inmuebles como edificios. Contablemente estos bienes se clasifican en activos depreciables y activos no depreciables Los activos no depreciables son aquellos que no sufren desgaste o deterioro por el uso a que son sometidos y que por tanto no pierde valor, al menos contablemente”.*

### **Contabilidad de Costos**

A más de ser una rama de la contabilidad, acumula la información relacionada con los costos y tiene como propósito predeterminar, acumular, registrar, distribuir, controlar, analizar, interpretar, informar, los costos ya sean de producción, fabricación, administración, y financiamiento. Podemos decir que la contabilidad de costos se relaciona con la información de costos para uso interno de la administración y le ayuda de manera considerable en la formulación de los objetivos

y programas de operación, en la comparación del desempeño real con el esperado, y en la presentación de informes.

Según García Colín Juan, (2001, pág. 8) , menciona que:

*“En términos generales diremos que costo son los recursos sacrificados o perdidos para alcanzar un objetivo específico. Para nuestro cometido, lo consideraremos como el valor monetario de los recursos que se entregan o prometen entregar a cambio de bienes o servicios que se adquieren, en el momento de la adquisición se incurre en el costo, lo cual puede originar beneficios presentes o futuros”.*

### **Clasificación**

Se clasifican por su identificación, función, periodo en que lleva en el estado de resultados, su comportamiento respecto al volumen de producción o venta de artículos terminados. Según su identificación en costos directos e indirectos, según su función en costos de producción, distribución, administración, financieros, según su periodo en costo de del producto o costos inventariables y no inventariables, según su comportamiento respecto al volumen o venta de los artículos en costos fijos, variables, semifijos.

En palabras de Cuevas V. Carlos, (2001, págs. 12-14), indica que:

*“Los costos están asociados con todo tipo de organización: comercial, publica, de servicios, mayorista e industrial. Así, pues, se consideran los costos característicos de una variable de organizaciones: manufactura comercial y de servicios”.*

- *Costos de Manufactura*
- *Costos operativos*
- *Costos del periodo*

### **Definición**

Es una parte de la contabilidad general, sirve para la manipulación de los costos de producción para la determinación del costo unitario de los productos fabricados. Es la aplicación de los principios contables con el fin de determinar el valor total de la materia prima, mano de obra, y otros insumos utilizados en la obtención de un producto terminado.

En palabras de Hargadon & Munera, (1974, pág. 1), indica que:

***“Es cualquier procedimiento contable diseñado para calcular lo que cuesta “hacer algo”. Es una parte de la contabilidad general de una empresa industrial. La manipulación de los costos de producción para la determinación del costo unitario de los productos fabricados es lo suficientemente extensa como para justificar un sistema dentro del sistema contable general”.***

Según Molina Calvache Antonio, (2002, pág. 34), menciona que:

***“La contabilidad de costos es la aplicación de los principios contables con el fin de determinar el valor total de la materia prima, mano de obra y otros insumos utilizados en la obtención de un producto terminado o en la prestación de un servicio”.***

## **Objetivos**

Los objetivos de la contabilidad de costos son proporcionar la información para determinar el costo de venta, costo de los inventarios, con miras a la presentación del balance general, suministrando la información para ejercer un adecuado control administrativo y facilitar la toma de decisiones acertadas mejorando así la situación económica financiera de la empresa.

En palabras de Molina Calvache Antonio, (2002, págs. 34-35), menciona que los objetivos de la contabilidad de costos ***son aquellos que facilitan un oportuno y eficaz servicio de información y control de todo lo que relaciona con la producción. Estos objetivos son:***

- *Reducción de costos.*
- *Determinar los precios de ventas.*
- *Controlar los inventarios.*
- *Determinar si la empresa le conviene seguir produciendo ciertos artículos accesorios u obtenerlos de otras empresas especializadas.*
- *Establecer un control para cada rubro del costo.*

### **Sistema de Costos**

Es un conjunto de procedimientos, técnicos, administrativos y contables que se emplea en un ente, para determinar el costo de las operaciones en las diversas áreas o fases, de manera que se utiliza para fines de información contable, control de gestión y base para la toma de decisiones.

Según Reyes Pérez E., (2008, pág. 27), indica que:

*“Los sistemas contables para determinar los costos de producción están condicionados a las características de producción de la industria de que se trate, lo que quiere decir, que el sistema contable, deberá adaptarse a las necesidades de la empresa”.*

En palabras de Gonzales G. Carlos & Serpa C. Heriberto, (2008) , indica que los sistemas de costo son un:

*“Conjunto de métodos, normas y procedimientos, que rigen la planificación, determinación y análisis del costo, así como el proceso de registro de los gastos de una o varias actividades productivas en una empresa, de forma interrelacionada con los subsistemas que garantizan el control de la producción y/o servicios y de los recursos materiales, laborables y financieros”.*

Según Lavolpe Antonio, (2003, pág. 8), indica que:

*“Le brinda los datos de los costos incurridos en cada sector o actividad; le proporciona pautas para medir el comportamiento de los costos ante cambios en el nivel de actividad; le permite calcular el costo de cada decisión; le permite presupuestar costos; etc.”.*

### **Costos de Financiamiento**

El costo de financiamiento podemos decir que está dado por la tasa de interés del préstamo o descuento que exigen los inversionistas, en una emisión de bonos sería la tasa de colocación del instrumento; el financiamiento puede ser para capital de trabajo o activos circulantes, es decir, para financiar su operación diaria dentro de un ciclo financiero o de caja. O para activos fijos, que son activos de larga duración o vida útil que se requieren para su actividad, estos créditos son a largo plazo porque su inversión es muy elevada.

Según Villarreal Samaniego Jesús Dacio, (2008, pág. 10), indica que el costo financiero:

*“No deben incluirse dentro de los cálculos de los flujos de efectivo relevantes en un presupuesto de capital. Esta afirmación puede parecer equivocada o, en el mejor de los casos, extraña. Si se va a llevar a cabo una inversión ¿no se requieren recursos financieros adicionales para hacerlo? Definitivamente sí. Entonces ¿estos recursos no tienen un costo? ¿Acaso son gratuitos? Desde luego que los recursos financieros (o de cualquier otro tipo) tienen un costo. Sin importar si se usa capital propio, deuda o una combinación de ambos para financiar los desembolsos que se necesitan hacer para llevar a cabo el proyecto, este dinero tiene un costo”.*

En palabras de Van H. James C. & Wachowicz. JR. John M., (2002, pág. 307) , menciona que el costo financiero:

*“Debido a que el costo es quizás el factor más importante, las diferencias en otros factores se deben comparar con las diferencias en el costo. Es posible que la fuente más barata de financiamiento desde el punto de vista de los*



*costos explícitos no sea la más económica cuando se toma en cuenta la flexibilidad, oportunidad y nivel en que se graven los activos. Aunque sería deseable expresar las fuentes de financiamiento”.*

### **Costos de Administración**

Podemos decir que los costos administrativos son los recursos necesarios para las operaciones y manejos dentro de la empresa. Son gastos o costos que aplican para la realización de trámites y movimientos internos; los costos son manejados, reportados y distribuidos por los gerentes y administradores, que son generados principalmente por los sueldos del personal administrativos, que no influyen en forma directa en el proceso de producción; es todo que el personal que maneja los procedimientos internos de la empresa, como la distribución la contratación, guardianía, entre otros.

Según Costos I, (2010, pág. 41), menciona que el costo de administración es un:

*“Conjunto de erogaciones que tiene que ver con la gestión empresarial”.*

En palabras de Bustamante Vázquez Rafael, (2006, pág. 19), menciona que el costo de administración:

*“Comprende, por exclusión, todas las demás partidas normales, propias o consuetudinarias, o dicho de otra manera, está formado por las operaciones desde después de la entrega de bien de servicio de uso al cliente”.*

### **Costos de Distribución o Venta**

Los costos de distribución o venta son todos los desembolsos en que incurren un productor para hacer llegar sus productos, desde su planta de fabricación hasta el lugar en que son adquiridos, constituyéndose así en un componente fundamental del costo total para el productor y del precio que pagan los consumidores por ello su análisis revise gran importancia en términos de eficiencia empresarial. Se fabrica para distribuir, es decir, para que los productos lleguen a las manos de los consumidores intervienen múltiples factores cuya valoración se llama costo de distribución o costo de venta y su importancia desde el punto de vista económico

radica en su influencia para modificar la demanda de productos, ya sea por su magnitud o elasticidad.

Según Gestipolis, (2000) , menciona que el costo de distribución o venta es un:

*“Los costos de distribución son todos los desembolsos en que incurre un productor para hacer llegar sus productos, desde su planta de fabricación hasta el lugar en que son adquiridos, constituyéndose así en un componente fundamental del costo total para el productor y del precio que pagan los consumidores, por ello su análisis reviste gran importancia en términos de eficiencia empresarial”.*

En palabras de West Alan, (1991, pág. 24) , menciona que el costo de distribución o venta:

*“La posición en el mercado, el sector del mismo y la demanda serán factores que influirán sobre el costo de distribución y sobre el precio final del producto. Para los que producen artículos de escaso peso y gran valor, los costos de distribución solo constituirán un componente insignificante del costo final; para otros, representara una parte muy significativa del mismo”.*

### **Costos de Producción**

Los costos de producción podemos decir que son costos y gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamientos en funcionamiento, este costo tiene dos características opuestas, que algunas veces no están bien entendidas según el país en desarrollo la primera es para producir bienes en gastar, esto significa generar un costo. La segunda que el costo debería ser mantenido tan bajo como sea posible y eliminado si son innecesarios esto significa el corte o la eliminación de los costos indiscriminadamente.

Según Reyes Pérez E., (2008, pág. 7), indica que:

*“El termino costo tiene varias acepciones, tomando como base para los efectos del curso, aquella que la define desde el punto de vista económico en forma más general y a la cual se ciñe la técnica contable de costos. Esa acepción del término costo lo define: como el conjunto de esfuerzos y recursos que se invierten para obtener un bien”.*

### **2.1.3. Descripción Fundamental de la Variable Dependiente “Determinación del Precio de Venta”**

#### **Importancia**

Considerando que la determinación del precio de venta es la actividad clave dentro del sistema capitalista de la libre empresa, el precio de mercado de un producto que influye en el precio que se paga por los factores de producción, afectando la posición competitiva de la empresa y su participación en el mercado, siendo vital sobre todo cuando se tiene muchas necesidades y un ingreso limitado; los precios dependerán la capacidad de muchos consumidores para satisfacer sus necesidades y deseos, es importante tener en cuenta el ingreso y nivel económico.

Además de considerar el punto al que se iguala el valor monetario de un producto para el comprador con el valor de realizar la transacción para el vendedor, el precio para el comprador, es el valor que da a cambio de la utilidad que recibe.

Según Muñoz Rafael, (2010) , menciona que la determinación del precio de venta es:

*“Este procedimiento, seguido especialmente en el comercio minorista, se basa en calcular el coste unitario de producción y sumar un porcentaje de beneficios. El coste unitario puede ser el coste total de producción y entonces el margen va dirigido a obtener beneficios, o bien se toma, en caso de las actividades de distribución, el coste variable de producción o adquisición y el margen cubre los costes fijos, gastos de administración, comerciales, financieros y el beneficio”.*

#### **Objetivos**

Los objetivos son expectativas que especifican de forma explícita los fines que se pretenden lograr con el precio, los objetivos ayudan a dirigir cualquier actividad a tener un fin encaminando al lucro o a la expectativa que se tiene de ella. Los objetivos deben ser específicos, alcanzables, al ser realista de precios requieren una vigilancia periódica para determinar la efectividad de la estrategia de la empresa.

Los objetivos representan no solo la finalidad de la planeación, sino también el fin hacia la cual se encamina la organización y su actividad.

En palabras de Diez de Castro Enrique C. & Rosa Díaz Isabel M., (2008, pág. 57), indica que los objetivos para la determinación del precio de venta son:

- *Cifra de ventas*
- *Cifras de margen de beneficios,*
- *Margen de beneficios,*
- *Cuota de mercado.*

Según Yareli Dulce, (2012) , menciona que los objetivos son:

*“Los fines hacia los cuales se dirige una actividad. Representan no solo la finalidad de la planeación, sino también el fin hacia la cual se encamina la organización. Los objetivos de la empresa constituyen el plan de la misma”.*

- *Conservar o mejorar su participación en el mercado,*
- *Establecer los precios,*
- *Maximizar las utilidades,*
- *Enfrentar o evitar la competencia,*
- *Penetración en el mercado,*
- *Promoción de la línea de productos.*

## **Factores**

Los factores pueden ser internos como externos, los internos son los objetivos de mercadotecnia, la mezcla de la misma y el costo mientras que los factores externos son el mercado y la demanda, la percepción del precio y el valor por parte de los consumidores, el análisis de la relación del precio y demanda, los precios y ofertas de los competidores y otros factores externos. Siendo los factores coordinados con el diseño, distribución y promoción del producto de manera que conforme un programa de mercadotecnia efectivo, ya que si el precio es el factor clave de posicionamiento, entonces el precio influirá sobre las decisiones respecto de los otros elementos casi siempre tomara en consideración simultanea todas las decisiones.

Según Diez de Castro Enrique C. & Rosa Díaz Isabel M., (2008, pág. 57) , indica que los factores para la determinación del precio de venta son:

- *Costes,*
- *Competencia*
- *demanda*

En palabras de Pérez Luisa, (2014) , menciona que:

*“Las decisiones de una empresa en cuanto a los factores tanto internos como externo: Factores internos; objetivos de mercadotecnia, mezcla de mercadotecnia, costo. Factores externos; el mercado y la demanda, percepción del precio y el valor por parte de los consumidores, análisis de la relación precio-demanda, precios y ofertas de los competidores, otros factores externos”.*

## **Selección del Precio**

Es un proceso que define y analiza a realizar los objetivos de la empresa, de marketing, de precios que pueden maximizar los beneficios aumentando ventas, y las estimaciones tanto de las demandas ya sean elásticas o inelásticas, como los costes

que permite conocer el punto mínimo de los precios, por debajo del cual una empresa no cubre los costes totales.

Según Diez de Castro Enrique C. & Rosa Díaz Isabel M., (2008, pág. 71) , menciona que la determinación del precio de venta es:

*“El establecimiento del precio de venta representa el término de la segunda etapa y el inicio de la tercera, que consiste en seguir su funcionamiento (para comprobar en qué medida se alcanza los objetivos previstos)”.*

Según Pérez A. Luisa A. & Rodríguez H. Fernando G, (2014), indica que el precio:

*“Cuando se ubica un producto conocido en un canal nuevo de distribución o en una zona geográfica diferente, cuando se fabrica un nuevo producto o se enfrentarán fenómenos económicos importantes se requiere fijar precios de venta”.*

Según García R. Juan, (2012, págs. 4-5), menciona que:

*“Los métodos de fijación de precios reducen el intervalo dentro del cual la empresa debe seleccionar su precio final. Para escoger su precio final la empresa debe considerar otros factores, que incluyen la fijación de precio psicológica, la influencia de otros elementos de la mezcla de marketing sobre el precio, las políticas de precio de la empresa y el impacto del precio sobre otros participantes”.*

### **Fijación del Precio de Venta**

La fijación de precios de venta se basan en la competencia consiste en el establecimiento de un precio al mismo nivel de la competencia que consiste en utilizar los precios de los competidores para establecer el propio, la fijación del precio son basados en la competencia al establecer un precio al mismo nivel de la competencia, siento como un método que se apoya en la idea de que los competidores elaboren estrategias.

En palabras de Zapata S. Pedro, (2007, pág. 5), menciona que:

*“En la actualidad, ni las poderosas y tradicionales empresas multinacionales, menos aún las empresas y marcas nacionales, tienen poder para controlar e imponer precios en un mercado libre, puesto que la ley antimonopolio vigente y la presencia creciente de nuevas marcas y productos, hacen esta intención materialmente imposible de ejecutar”.*

Según Pérez A. Luisa A. & Rodríguez H. Fernando G, (2014), indica que el precio:

*“El empresario debe saber que el precio no es solamente una cifra arbitraria que le representa pagar los costos incurridos en la fabricación y obtener alguna utilidad para su negocio. El proceso de fijación de precios abarca mucho más de lo que comúnmente se cree”.*

### **Indicadores**

Los indicadores de precio a más de medir la evolución en el tiempo de precio; el costo de un bien o servicio, es también uno de los indicadores que influyen en la vida de un producto. Los indicadores se establecen para medir el desempeño del precio que deberá tomar como primera referencia el valor del bien como primera referencia considerando sus dimensiones objetivas y subjetivas para finalmente establecer el precio como principal indicador.

En palabras de Hernández R. Carolina, (2005), menciona que:

*“Tienen como objetivo medir la evolución en el tiempo del precio medio de un conjunto de bienes y servicios, más comunes son los que usan ponderaciones en función de la importancia económica de los distintos bienes y servicios analizados”.*

### **Concepto**

Para la fijación del precio de venta deben saber que el precio no es solamente una cifra arbitraria que le representa pagar los costos incurridos en la fabricación y obtener alguna utilidad para su negocio, el proceso de fijación de precios abarca mucho más de lo que comúnmente se cree. Es el resultado de la suma a los valores

que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio.

Según Grasset Gael, (2015), indica que:

*“Consiste en utilizar los precios de los competidores para establecer el propio. De acuerdo con los objetivos de la empresa en términos de marca, tácticas de penetración o agresividad de mercado, el nivel de precio exacto puede variar. Por ejemplo, si una empresa quiere ganar cuota de mercado, su objetivo es tener uno de los precios más bajos del mercado. Al contrario, si una empresa quiere crear una imagen de marca exitosa, sería más efectivo que vendiera productos de precio más alto para comunicar una señal de calidad a sus consumidores”.*

En palabras de Hernández D. Alejo, Gutiérrez Flavio, Quesada María del Rocío, (2012) , menciona que:

*“Es una estrategia económica que determina los objetivos financieros, de marketing y de métodos que tiene una compañía. También establece los objetivos del producto o marca, así como la elasticidad de su demanda en relación al precio y los recursos disponibles para su disposición”.*

## **Estrategias**

La estrategia es un marco de fijación del precio de venta que establece el precio inicial y final del producto direccionando a la propuesta planeada, siendo este un conjunto de principios y límites fundamentales para la fijación del precio.

Logrando el ciclo del producto, con lo cual, se pretende cumplir los objetivos que se persigue del precio, mismo que se mantiene como parte de la estrategia del posicionamiento en general

En palabras de Rodríguez O. Mario, (2007), menciona que:

*“En la situación más común del mercado, la decisión de compra de los productos se procesa en virtud del compromiso entre las cualidades*



*adjudicadas al producto (su imagen) y el precio, en una comparación entre la oferta significativa para el consumidor. Pero hoy resulta crecientemente difícil sostener la imagen de las marcas debido a conjunción de factores como: la polución de estímulos que lleva a que el consumidor tenga cada vez menos posibilidad de grabarlos en la mente, a la creciente competencia de marcas, a la velocidad de las innovaciones y a la mayor importancia adjudicada a las acciones en Puntos de Venta”.*

## **Precio**

Se deben observar las razones del consumidor para adquirir el producto y fijar un precio acorde con el valor del producto, para fijar los precios en función del consumidor significa que no se puede diseñar un producto y su programa de mercadotecnia y después determinar el precio, este debe analizarse al mismo tiempo que las otras variables de la mezcla de mercadotecnia. Siendo que el precio es el valor económico a cambio del bien o servicio para la recuperación del costo.

Según La escuela virtual de negocios, (2014) , menciona para fijar:

*“El precio del producto se debe considera diversos factores, los cuales tiene su origen interno y externo de la organización”.*

Según Pérez A. Luisa A. & Rodríguez H. Fernando G, (2014), indica que el precio:

*“Es el único instrumento que proporciona ingresos, es un determinante directo de los beneficios. Tiene importantes repercusiones psicológicas sobre el consumidor o usuario: debe estar de acuerdo con el valor percibido por el consumidor, se convierte en un valioso indicador de la calidad del producto, del prestigio de la marca o de la oportunidad de la compra”.*

## **Valor**

El valor es efectivo y orientado hacia el comprador implicando conocer los valores que este otorga a los beneficios que recibe del producto y fijar un precio que vaya de acuerdo con dicho valor, es decir, que el consumidor compre un producto y se

deduce el valor de los costos. Es uno de los indicadores subjetivos de cada cliente y se basa en la estimación que este.

Según Pérez A. Luisa A. & Rodríguez H. Fernando G, (2014), indica que:

*“La fijación de precio efectiva y orientada hacia el comprador implica conocer los valores que este otorga a los beneficios que recibe del producto y fijar un precio que vaya de acuerdo con dicho valor. Cuando el consumidor compra una comida en un restaurante de lujo, es fácil deducir el valor de los ingredientes, pero incluso para el consumidor es sumamente difícil estimar el valor de otros factores como sabor, ambiente, esparcimiento, conversación, y estatus”.*

En palabras de Martínez L. Manuel, (2012, pág. 25) , menciona que el valor:

*“Es la cantidad de trabajo que lleva incorporado, tanto para su elaboración, fabricación, extracción, transporte, etc. Que es el trabajo vivo, cuanto para las instalaciones que requiere, la fabricación de las herramientas necesarias y las materias primas que integra, que constituyen el trabajo muerto”.*

## **Medida**

En un producto la medida es la distancia del lugar de origen incrementando su participación en los gastos variables, complementa la información del precio de venta ayudándonos a comparar tanto artículos como precios, variedad, y características entre los distintos formatos y marcas.

Según Fernando, (2010) , menciona que:

*“Complementa la información que nos da el precio de venta de un producto, ya que, a diferencia de este, nos ayuda a comparar otros artículos de otro tamaño y precios de venta”.*

En palabras de Definición, (2007), indica que una:

***“Medida es la cantidad estandarizada de una determinada magnitud física, en tanto, para evitar equivocaciones o malas mediciones”.***

Según Rioja Salud, (1999), menciona que:

***“Las distintas capacidades nominales de los artículos dispuestos para la venta ofrecidos a los consumidores, surgió la necesidad de incorporar junto al precio de venta, precio por unidad de medida entre los distintos formatos y marcas”.***

## **Métodos**

Existen métodos para la fijación del precio de venta pero a su vez manteniendo en cuenta los costos, la competencia, el mercado o la demanda. Ya que los costos determinan el nivel más bajo del precio, la percepción del valor del producto pero el consumidor establecen el nivel más alto que puede fijarse aquel. Los métodos basados en el costo son más objetivos y justos además de ser sencillos y consistentes en la adición de un margen de beneficio al costo del producto. Los métodos basados en la competencia se basan en la actuación de la competencia más que los costos propios o el comportamiento del mercado, los precios se fijan en función de la competencia que varían según la posición. Los métodos basados en el mercado o demanda tienen una fundamentación subjetiva, el consumidor está dispuesto a pagar como máximo el valor asignado a la utilidad que le reporta el producto adquirido, en esta clase de métodos los precios se fijan considerando la psicología del consumidor también hace de los costos incorporados al bien o servicio adquirido.

En palabras Diez de Castro Enrique C. & Rosa Díaz Isabel M., (2008, pág. 280) , indica el método para la determinación del precio de venta es:

***“Para estimar el valor recibido por el cliente se puede utilizar diversos métodos, que se pueden clasificar en directos e indirectos. Los directos consisten en preguntar a los consumidores el valor que atribuyen al producto considerado. Los indirectos se basan en el estudio de las ventajas económicas que el cliente obtiene en el supuesto de adquirir el producto”.***

Según los métodos de fijación de precio, (2012), indica que existen diferentes tipos de como:

*“Métodos de fijación de precios: precios con orientación al costo, precios con orientación a la demanda, precios orientados a la competencia. Métodos basados en el costo: nos encontramos con dos modalidades básicas; método del costo más margen, método del precio objetivo. Método del precio objetivo, métodos basados en el costo: no contemplan la respuesta de la demanda ni de la competencia frente a variaciones del precio”.*

## **Mercado**

Lugar donde influyen las fuerzas de la oferta y la demanda, es decir, compra y venta referidos a un producto, bien o servicio, determinado en un momento del tiempo, sin ninguna referencia espacial concreta, el mercado actual está compuesto por consumidores y no consumidores quienes si bien no demandan el producto pueden llegar a consumirlo en el futuro con una política comercial conveniente, y los no consumidores son aquellos que no consumen ni nunca podrán consumir el producto en cuestión.

Según Esumer, (2014) , menciona:

*“El mercado es el espacio en el cual confluyen las fuerzas de la demanda y la oferta para intercambiar, vender y comprar bienes y servicios a un precio determinado”.*

En palabras de Fred R. David, (2003, pág. 278), indica que en el mercado:

*“Se utiliza con mucha frecuencia en la implementación de estrategias, sobre todo en pequeñas empresas y especializadas. Se define como la subdivisión de un mercado en grupos menores y diferentes clientes según sus necesidades y hábitos de compras”.*

## **Competidores**

Son quienes ofrecen productos similares o sustitutos elevando así la competitividad, la calidad, la demanda entre sí. Son considerados como otros factores, estableciendo sus precios en función de las acciones o reacciones de los nuevos competidores. Es el riesgo que supone la entrada de competidores, lo cual ejerce una fuerte influencia sobre la intensidad de la competencia. En si los competidores son aquellos negocios iguales o similares y diferentes a la vez pero que satisfacen una necesidad similar.

En palabras de De la Colina Juan Manuel, (2005) , menciona que:

*“Una industria se define como un grupo de empresas que ofrece un producto o tipo de productos que son sustitutos próximos entre sí. Los economistas definen como sustitutos próximos a los que tienen una alta elasticidad cruzada de la demanda. Si al aumentar el precio de un producto se provoca que se eleve la demanda del otro, ambos productos son sustitutos próximos”.*

Según Muñiz Rafael, (2010), indica que los competidores como:

*“Las empresas, además de considerar otros factores, establecen sus precios en función de las acciones o reacciones de la competencia. Temas como el alza o baja de precios alcanzan su importancia estratégica en función de las posibles reacciones de los competidores y productos sustitutivos y de la elasticidad de la demanda”.*

*Se puede señalar, por tanto, que los factores de fijación de precios pueden clasificarse de la siguiente forma:*

*Factores internos:*

- *Costes de fabricación más costes.*
- *Cálculo del punto muerto.*
- *Rentabilidad capitales invertidos.*

*Factores externos:*

- *Elasticidad demanda/precio.*
- *Valor percibido por el cliente.*
- *Competencia.*

En palabras de Rodríguez O. Mario, (2007)

*“A través de auditorías en puntos de venta se mide el precio promedio del producto en el mercado. Por otro lado se investiga como califican los productos de la competencia respecto de los atributos principales antes determinados y se les asigna valores”.*

### **Intermediarios**

Son quienes intervienen en la comercialización del producto ya sea entre producto primario y el fabricante o entre el producto y el consumidor, tienen como función unir al productor con los demandantes finales de lo que este produce y convertirse en un ser indispensable; a medida que se vuelve complejos los intercambios en las sociedades modernas y los mercados se extienden en el tiempo y en el espacio. A más de que pueden ser negocios dedicado a ello sirven como canales de distribución y que ayudan a encontrar clientes.

Son los mayoristas y minoristas que compran y revenden mercadería o productos con frecuencia, son grupos independientes que se encargan a transferir el producto del fabricante al consumidor, obviamente obteniendo una utilidad y proporcionando al comprador diversos servicios, servicios que tienen gran importancia porque constituyen en aumentar la eficacia de la distribución.

En palabras de Muñoz Ana, (2011) , menciona que:

*“Son compañías que sirven como canales de distribución y que ayudan a la empresa a encontrar clientes o a venderles, son los mayoristas y minoristas que compran y revenden mercancía (con frecuencia se les llama revendedores). El principal método de mercadotecnia para la*

*comercialización de su producto, es venderlo a cientos de comerciantes independientes que lo revenden con una ganancia”.*

### **Proveedores**

Pueden ser personas o empresas que abastecen de materiales o suministros, los cuales son necesarios para el desarrollo y funcionamiento de la empresa. Cada empresa dará más relevancia a una u otra característica del proveedor o proveedores, fijándose más en la calidad de los productos o servicios, en los precios o en la disponibilidad y tiempos de entrega.

Los proveedores pueden ser: proveedores de bienes que son aquellos que ofrecen productos tangibles específicos y necesarios para el mercado, proveedores de servicios son aquellos que abastecen de productos intangibles y proveedores de recursos aquellos que abastecen recursos económicos, específicamente créditos, capital y social.

En palabras de Martínez Q. Mauricio J., (2014), menciona que los proveedores:

*“Son todos aquellos que le proporcionan a las empresas los recursos”.*

En palabras de Jiménez Peña Gabriel, (2010, págs. 75-76), indica que:

*“Proveedores, actúan de acuerdo con principios de RSC; se trata, en principio, de evitar escándalos y mala reputación. Estos problemas pueden ocurrir más a menudo cuando se trabaja en las cadenas de suministro grandes. Por otro lado, las empresas más pequeñas, pueden asegurarse de que, cumpliendo con exigencias de responsabilidad social corporativa pueden no sólo ser proveedoras de las grandes, sino también cumplir con una demanda cada vez más acuciante de la sociedad”.*

### **Acreedores**

Puede ser una persona o empresas que tienen las facultades para exigir el pago o cumplimiento de una obligación contractual, es decir, que nos entrega valores,

bienes, servicios y recibe la promesa de que pagaremos o le devolveremos lo entregado en una fecha determinada.

Según MytripleA, (2013), indica que:

*“Acreedor es aquél al que le deben dinero dentro de un préstamo financiero. Está fuertemente relacionado con el término deudor que sería su nexo de unión y la posición contraria de la operación, la parte que debe el dinero. Resumiendo, el acreedor es el que debe recibir el importe del préstamo más los intereses establecidos por parte del deudor”.*

### **Distribuidores**

Son personas o empresas que se encargan de vender el producto o servicio, siendo similar a los intermediarios, los distribuidores están en contacto directo con los comerciantes con la intención de informarles sobre bienes de consumo destinados a la venta. Por este motivo el término distribuidor se utiliza en ocasiones como sinónimo de representante; además deben ser financieramente estables ya que necesitan mantener un suministro constante de productos para el inventario, a su vez necesitan ayuda para catalogar los productos y mostrarlos a todos los clientes y futuros clientes.

En palabras de Martínez Q. Mauricio J., (2014), menciona que los distribuidores es:

*“El camino seguido por la propiedad del producto en su movimiento desde el fabricante hasta el consumidor final. Son los canales a través de los cuales se llevan a cabo las ventas y se distribuyen los productos. Sin la existencia de estas las empresas e industrias caerían en un enorme caos de la distribución y no podrían realizar las actividades que hoy en día son muy comunes”.*

Según Castillo O. Jessaira, Gallegos L. Guadalupe, & Otros, (2014), indica que:

*“Se ocupa de como obtendrá los productos que le vende a los clientes, y plazos de envío son parte de la distribución, se refiero al lugar en donde se*



*va a vender el producto y también al momento en el que más conviene venderlo”.*

### **Metodología - Pasos**

La metodología que se utiliza va con el método de fabricación o producción que la empresa lleve a cabo, si la metodología va en base al costo se toma en cuenta el margen de contribución o cantidad en la que se busca que el precios exceda a los costos directos de fabricación, en base al retorno de meta sobre la inversión establece el tipo de precios en este método se debe conocer los costos y gastos necesarios para introducir el producto y la tasa de rendimiento deseada, en base a la demanda dice si el punto de equilibrio está muy alejado del precio al cual se planea vender y la cantidad es muy diferente a la marcada por las curvas, los productos podrán tener pérdidas y acumulación de inventarios.

En palabras de Mejía C. Carlos A., (Mejían C., 2007) , menciona que:

*“La empresa debe considerar diversos factores al establecer su política de precios. El procedimiento recomendado comprende seis pasos:*

- *Seleccionar el objetivo de la fijación de precios,*
- *Determinar la demanda,*
- *Estimaciones de los costos,*
- *Analizar los costos, precios y ofertas de los competidores,*
- *Escoger un método de fijación de precios,*
- *Seleccionar el precio final.*

Según Reaño S. Jhonny F., (2014), menciona que:

*“Los administradores que utilizan estos métodos se refieren al mercado externo para determinar el precio. Deben de investigar el mercado, revisar*

*si se han registrado cambios en la oferta y la demanda del sector al que pertenece”.*

En palabras de Guerrero G. Patricia Paola, (2011, págs. 24 ,33), menciona que:

*“Para el análisis de conglomerados es descrita comúnmente partiendo desde la selección de los datos y las variables a utilizar, el análisis como tal y finalmente la validación de la clasificación obtenida. A partir del uso de la elasticidad al precio de la demanda es necesario determinar este indicador y establecer un conjunto de pautas que, utilizando su resultado, permitan establecer un precio final”.*

### **Comercialización**

Es la actividad que se dedica al intercambio del producto o servicio, es decir, es el conjunto de acciones y reacciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios, que son realizadas por empresas o personas. Tiene como función comprar, vender, transportar, almacenar, clasificar, evaluando beneficios para el cliente, promoviendo el producto para recuperar la inversión y obtener ganancia, trasladándola a sus consumidores promoviendo la venta y compra de los mismos.

Según Pérez David, Martínez Isabel y Profesores de Marketing Estratégico<sup>9</sup>, (2005) , menciona que:

*“Los canales de comercialización del producto condicionarán de forma importante el precio final del producto. Los márgenes de distribución incorporan recargos muy significativos sobre el precio final al consumidor. Habría que distinguir entre: Comercialización propia: donde los costes de dichas estructuras son controlados por el propio fabricante y los márgenes suelen ser más ajustados. Comercialización ajena: donde los márgenes hacen del precio final una cantidad que en muchos casos duplica el valor del producto en origen, también influye en este caso la dimensión vertical de la cadena de Distribución”.*

En palabras de Pérez P. Julián & Gardey Ana, (2010), sugiere que:

*“La acción y efecto de comercializar, poner a la venta. En esta era de tanta competitividad no es raro que un buen producto pase desapercibido por sus potenciales competidores, esto se dé a menudo en el ámbito de la tecnología, ya sean componentes de ordenadores. Solo aquellos que sean comercializados adecuadamente llegaran a tener el espacio que merecen en el mercado”.*

### **Marketing estratégico**

Es una metodología de análisis y conocimiento del mercado, con el objetivo de detectar oportunidades que ayuden a la empresa a satisfacer las necesidades de los consumidores de una forma más óptima y eficiente, que el resto de competidores.

En si es un análisis sistemático y permanente de las necesidades del mercado y el desarrollo de conceptos de productos destinados a compradores y consumidores.

En palabras de Muñiz Rafael, (2016) , menciona que es:

*“Planificación con bastante garantía de éxito el futuro de la empresa basándose, para ello, en el conocimiento profundo tanto del mercado como el entorno. Parte del éxito vendrá dado por nuestra capacidad de adelantarnos y anticiparnos a los posibles cambios que se puedan producir, deberemos ser capaces de comprender en qué medida y de qué forma los cambios futuros que experimentan nuestro entorno afectaran a nuestra empresa y, por tanto, establecer las estrategias más adecuadas para aprovecharlos al máximo en nuestro beneficio”.*

Según Marketing Branding, (2014), indica es:

*“Reflexiona y analiza los valores de la compañía, donde está ubicada en el mercado y donde quiere ir. Busca conocer cuáles son las necesidades actuales y futuras de los consumidores, analizar el mercado para evaluar la posibilidad de incursionar en nuevos nichos, realizar la identificación de segmentos del mercado y orientar a la empresa en las posibles oportunidades que brinda el entorno”.*

En opinión de Vicuña Sainz, (2008), menciona que:

*“Se enmarca dentro de los principios de la dirección estratégica, estando vinculando a todas aquellas actividades encaminadas al conocimiento y análisis continuo de las necesidades y deseos de los consumidores para la orientación de la empresa hacia la satisfacción de las mismas, así como sobre las oportunidades y riesgos del mercado en función de la situación y la evolución previsible de la competencia y de las capacidades de la empresa, que le permite conseguir una ventaja competitiva sostenible a largo plazo”.*

### **Marketing operativo**

Es más visible por corresponderse con la acción de la gestión de marketing y opera en plazos de tiempo más cortos, viene a ser el brazo comercial de la empresa en su contribución al logro de objetivos, además es más urgente, ya que trata de cumplir con los objetivos fijados tratando de hacer bien lo que hay que hacer.

Es una forma de organizar a la empresa en el plan táctico, una vez que identifico las necesidades y deseos de los consumidores del mercado al cual va a dirigir, definió su estrategia competitiva y el posicionamiento.

En palabras de Muñiz Rafael, (2016) , menciona que:

*“Aquel que la empresa utiliza día a día y que generalmente se está refiriendo a una herramienta de actuación, publicidad, etc. Y no es una herramienta estratégica de marketing”.*

Según Marketing Branding, (2014), indica es:

*“Básicamente el paso de la teoría a la práctica, llevando a cabo las herramientas precisas del marketing mix para alcanzar los objetivos propuestos, controlando, planificando y ejecutando las acciones necesarias para ello”.*

En palabras de Vicuña, (2008), menciona que:

*“Está vinculado con todas aquellas actividades necesarias para llevar a cabo las diferencias estrategias, utilizando los instrumentos al alcance de la empresa, como la política de producto, de distribución, de ventas, de precios y de servicios de atención al cliente”.*

### **Métodos de análisis financiero**

Son procedimientos utilizados para simplificar, separar, o reducir los datos descriptivos y numéricos que integran los estados financieros, con el objeto de medir las relaciones en un solo periodo y los cambios presentados. La función esencial es convertir los datos en información útil, razón por la que debe ser real y concreto para la toma de decisiones.

En palabras de Pérez P. Julián & Merino María, (2011) , menciona que:

*“Es un método que permite analizar las consecuencias financieras de las decisiones de negocios. Para esto es necesario aplicar técnicas que permitan recolectar la información relevante, llevar a cabo distintas mediciones y sacar conclusiones. Para poder comprender a la perfección el significado del término análisis financiero, tenemos que recurrir a establecer su origen etimológico”.*

Según Gonzales Israel, (2003), indica que se:

*“Consideran como los procedimientos utilizados para simplificar, separar o reducir los datos descriptivos y numéricos que integran los estados financieros, con el objeto de medir las relaciones en un solo periodo y los cambios presentados en varios ejercicios contables”.*

Según la opinión de González Israel, (2010), sugiere que:

*“Se considera como los procedimientos utilizados para simplificar, separar o reducir los datos descriptivos y numéricos que integran los estados financieros, con el objeto de medir las relaciones en un solo periodo y los cambios presentados en varios ejercicios contables”*

En palabras de Gómez Giovanni, (2001), indica que:

*“Recopila los estados financieros para comparar y estudiar las relaciones existentes entre los diferentes grupos de cada uno y observar los cambios presentados por las distintas operaciones de la empresa. Los procedimientos utilizados para simplificar, separa los datos descriptivos y numéricos que integran los estados financieros, con el objeto de medir las relaciones en un solo periodo y los cambios presentados en varios ejercicios contables”.*

### **Método de análisis vertical**

Sirve para interpretar y analizar, siendo de gran importancia a la hora de establecer si una empresa tiene una distribución de sus activos equitativamente y de acuerdo a las necesidades financieras y operativas. Permitiendo conocer la participación de cada uno de los valores, posibilitando la visualización de los cambios ocurridos en la escritura de los estados financieros e identificar las causas de los cambios relativos, siendo este método estático.

En palabras de Gonzales Israel, (2003), menciona que:

*“Se emplea para analizar estados financieros como el balance general y el estado de resultados, comparando las cifras en forma vertical”.*

Según la opinión de González Israel, (2010), sugiere que:

*“Es estático porque analiza y compara datos de un solo periodo, este procedimiento es dinámico porque relaciona los cambios financieros presentados en aumentos o disminuciones de un periodo a otro”.*

En palabras de Gómez Giovanni, (2001), menciona que:

*“Compara las cifras en forma vertical, para efectuar el análisis hay dos procedimientos; procedimiento de porcentajes integrales: consiste en determinar la composición porcentual de cada cuenta del activo, pasivo y patrimonio tomando como base el valor del activo total y el porcentaje. Procedimiento de razones simples: el procedimiento de razones simples*

*tiene un gran valor práctico, puesto que permite obtener un número ilimitado de razones e índices que sirven para determinar la liquidez, solvencia, estabilidad, solidez y rentabilidad además de la permanencia de sus inventarios en almacenamiento”.*

Según Gerencie, (2005), indica que:

*“Determina que tanto representa cada cuenta del activo dentro del total del activo dentro del total del activo, se debe dividir la cuenta que se quiere determinar. Es de gran importancia a la hora de establecer si una empresa tiene una distribución de sus activos equitativa y de acuerdo a las necesidades financieras y operativas”.*

### **Método de análisis horizontal**

Este procedimiento consiste en comparar estados financieros de dos o más periodos consecutivos, para determinar los aumentos, disminuciones o variaciones de las cuentas de un periodo a otro, siendo de gran importancia para la empresa ya que mediante él se informa si los cambios en las actividades y si los resultados han sido positivos o negativos. Este método permite definir cuales merecen mayor atención por ser cambios significativos.

En palabras de Dussan P. Carlos, (2012), menciona que:

*“Es la herramienta financiera que permite verificar la variación absoluta y la variación relativa que hay sufrido cada cuenta de un estado financiero con respecto de un periodo, a otro anterior. En otras palabras al análisis horizontal determina el aumento y disminución de una cuenta comparada entre dos periodos. El hecho de permitir la comparación de estados financieros de diferentes ejercicios le da la característica de análisis dinámico”.*

Según la opinión de Gómez Giovanni, (2001), sugiere que:

*“Se registran los valores de cada cuenta en dos columnas, en dos fechas que se van a comprar, registrando en la primera columna las cifras del periodo más reciente y en la segunda columna, las cifras del periodo más reciente, se presentan las cuentas correspondientes de los estados analizados, sin incluir las cuentas de valoración cuando se trata del balance general”.*

Según Gonzales Israel, (2003), indica que:

*“Es un procedimiento que consiste en comprar estados financieros homogéneos en dos o más periodos consecutivos, para determinar los aumentos y disminuciones o variaciones de las cuentas, de un periodo a otro. Este análisis es de gran importancia para la empresa, porque mediante él se informa si los cambios en las actividades y si los resultados han sido positivos o negativos, también permite definir cuales merecen mayor atención por ser cambios significativos en la marcha”.*

## **2.2. Preguntas Directrices y/o Hipótesis**

### **2.2.1. Preguntas Directrices**

- ¿Qué proceso es utilizado en la determinación del Precio de Venta?
- ¿Existe un Control de los Costos de Fabricación adecuado en el Sector Manufacturero de Calzado del Cantón Cevallos?
- ¿Qué modelo ayudaría a controlar los costos de fabricación y la determinación del precio de venta?

### **2.2.2. Hipótesis**

El control de los costos de fabricación afecta en la determinación del precio de venta en el sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos.



## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### **3. Modalidad, enfoque y nivel de investigación, Población, muestra y unidad de investigación, Operacionalización de las variables, Descripción detallada del tratamiento de la información.**

##### **3.1. Modalidad**

El presente trabajos se basa tanto en una investigación de campo como en una investigación bibliográfica-documental, razón que este estudio se lo ejecutaría en el lugar donde se realizan las actividades cotidianas comerciales de cada negocio.

##### **Investigación de Campo**

Teniendo en cuenta que la investigación de campo es aquella que se aplica extrayendo datos e informaciones directamente de la realidad a través del uso de técnicas de recolección.

En palabras de Manual UPEL, (2011), menciona que:

*“Se entiende por investigación de campo, el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo”.*

Según Graterol Rafael, (2009), indica que la investigación de campo:

*“Se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de escribir de qué modo o porque causas se produce una situación o acontecimiento particular. Que es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad*

*social, (investigación pura), o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada)”.*

### **Investigación Documental**

Es un proceso estratégico en donde el investigador busca a través de la observación y consulta en diferentes fuentes documentales para recabar los datos e información existente sobre el tema que se va a estudiar.

En palabras de Rincón Anaya Isabel & Otros, (2013), menciona que la investigación documental es:

*“La parte esencial de un proceso de investigación científica, que constituye una estrategia donde se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades (teóricas o no) usando para ello diferentes tipos de documentos. Indaga, interpreta, presenta datos e informaciones sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, una metódica de análisis; teniendo como finalidad obtener resultados que pudiesen ser base para el desarrollo de la creación científica”.*

Según Plazas Elizabeth, (2011), indica en que:

*“Trabaja principalmente con dos tipos de fuentes directas e indirectas, estas fuentes proporcionan información relativa al origen y cercanía con el hecho social trabajando. Se restringe a la búsqueda de documentos, es decir, tiene un cuerpo de acción más amplio debido en principio, por la diversidad que existe entre fuentes directas e indirectas”.*

### **Investigación Bibliográfica**

Es donde comienza la investigación científica, donde se explora que se ha escrito científicamente, con objetividad, precisión, verificación, explicación basada en datos reales.

En palabras de Pírela Yolanda A, (1974, pág. 23), menciona que la investigación bibliográfica:

*“Involucra una serie de técnicas y procedimientos para alcanzar sus fines, en este caso, específicamente se hace énfasis a la investigación bibliográfica que consiste en el estudio sistemático de informes o escritos como fuentes de datos. Partiendo de esta base se pasara a estudiar las diferentes técnicas que proporcionan los medios para iniciarse en la investigación”.*

### **3.2. Enfoque**

#### **Enfoque Cualitativo**

Estudia la realidad en su contexto natural, utilizando variedad de instrumentos para recolectar información partiendo de pautas de los datos. Se basa en datos sin medición numérica, sin conteo, utiliza las descripciones y las observaciones.

Según Gil Roxana, (2014), indica que el enfoque cualitativo:

*“Busca explicar las razones de los diferentes aspectos de tal comportamiento, requiere un profundo entendimiento del comportamiento humano y las razones que lo gobiernan. Es un método usado principalmente en las ciencias sociales que se basa en cortes metodológicos basados en principios teóricos. Tiene el propósito de explotar las razones sociales y describir la realidad tal como la experimentan sus correspondientes protagonistas”.*

En palabras de Gómez Marcelo M., (2006, pág. 60), menciona que:

*“Se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación, a veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, sin conteo, utiliza las descripciones y las observaciones.”*

#### **Enfoque Cuantitativo**

Este procedimiento se basa en resultados de recolección por medición numérica, conteo, es todo lo contrario del enfoque cualitativo, usa la recolección de datos para probar hipótesis, basados en lo anteriormente dicho, para establecer patrones de comportamiento con un análisis estadístico.

Según Gómez Marcelo M., (2006, pág. 60), indican que el enfoque cuantitativo:

*“Utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo, y en el uso de la estadística para intentar establecer con exactitud patrones en una población”.*

### **3.3. Nivel de Investigación**

#### **Investigación Exploratoria**

Está orientada a descubrir o ampliar la información sobre un objeto o materia de estudio específico, a fin de obtener nuevos datos, que se traduzca en nuevos conocimientos.

Según Malhotra Naresh K., (2004, págs. 86-87), menciona que la investigación exploratoria:

*“Es apropiada cuando se necesita definir el problema con más precisión, identificar las acciones a seguir, establecer las preguntas o hipótesis de investigación, aislar y clasificar las variables fundamentales como dependientes o independientes. Es la etapa inicial en el esquema del diseño de investigación general, en la mayoría de los casos debe continuarse con una investigación descriptiva o causal”.*

En palabras de Mas Ruiz Francisco José, (2010, pág. 67), muestra que:

*“Se utiliza cuando se están buscando indicios acerca de la naturaleza general de un problema, las posibilidades alternativas de decisión, o las variables relevantes e hipótesis a considerar, también es útil para aprender acerca de los problemas prácticos de la ejecución de la investigación”.*

## **Investigación Descriptiva**

También conocida como investigación estadística, ya que describe los datos y características de la población o fenómeno en estudio. Siendo una investigación real, precisa y sistemática, la investigación no puede describir lo que provoco una situación, por lo tanto no puede utilizarse para crear una relación causal, en caso de que una variable afecte a otra.

Según Mas Ruiz Francisco José, (2010, págs. 67-68), menciona que la investigación descriptiva:

*“Abarca una gran porción de la investigación, su propósito consiste en proporcionar una fotografía exacta de algún aspecto del medio ambiente de mercado, los estudios descriptivos suponen una mayor precisión del problema a investigar por lo que son más formales que los exploratorios, y generalmente se apoyan en hipótesis, que pueden ser tentativas o especulativas”.*

## **Investigación Correlacional**

Determina el grado en el cual las variaciones en uno o varios factores, la existencia y fuerza de esta convariación normalmente se determina estadísticamente por medio de coeficientes de correlación.

En palabras de Tamayo Tamayo Mario, (2006, pág. 7), indica que la investigación Correlacional:

*“Se persigue fundamentalmente determinar el grado en el cual las variaciones en uno o varios factores son concomitantes con la variación de otro u otros factores. La existencia y fuerza de esta convariación normalmente se determina estadísticamente por medio de coeficientes de correlación, es conveniente tener en cuenta que esta convariación no significa que entre los valores existan relaciones de causalidad, pues estas se determinan por otros criterios que, además de la convariación, hay que tener en cuenta”.*

### 3.4. Población

Según Hernández Blázquez Benjamín, (2001, pág. 127), menciona que la:

*“Conjunto de unidades o ítems que comparten algunas notas o peculiaridades que se desean estudiar, la población en una investigación estadística se define arbitrariamente en función de sus propiedades particulares”.*

En palabras de Sáez Ulloa M. Ed, (2014), indica que la población:

*“Conjunto de elementos que se pretende indagar y conocer sus características, o una de ellas, y para el cual serán válidas las conclusiones obtenidas en la investigación”.*

Según Wigodski Jacqueline, (2010) , muestra que:

*“Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio”.*

En base a lo mencionado anteriormente esta investigación se orientara en un análisis de enfoque cuantitativo, ya que se utilizara la recopilación de datos al contestar preguntas previamente establecidas, y confiando en una medición numérica el conteo y el uso estadístico.

A continuación nuestra población a investigar del sector manufacturero de calzado del cantón Cevallos es de 53 fabricantes.

**Tabla de fabricantes de calzado del Cantón de Cevallos**

Nº-	NOMBRE LOCALES	DIRECCIÓN
1	CALZAFINCE	Bajos del Coliseo de Deportes

<b>2</b>	<b>CREACIONES MABELIZ</b>	<b>Abel, Guevara, vía Pelileo</b>
<b>3</b>	<b>JANMART SPORT</b>	<b>Barrio Bellavista</b>
<b>4</b>	<b>D`MAYCOL</b>	<b>Av. 13 de Mayo y G Suarez</b>
<b>5</b>	<b>CREACIONES CRISTOPHER</b>	<b>Barrio Agua Santa</b>
<b>6</b>	<b>CALZADO FRANCI`S</b>	<b>Yanahurco</b>
<b>7</b>	<b>CREACIONES GUSMAR</b>	<b>Av. G Suarez y 13 de Mayo</b>
<b>8</b>	<b>JOSHEP`S MARC</b>	<b>Barrio el Belén</b>
<b>9</b>	<b>CRAYZY DANNY`S</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>10</b>	<b>CREACIONES BRAYAN</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>11</b>	<b>CALZADO JHON-RY</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>12</b>	<b>CALZADO LUIFER</b>	<b>Yanahurco Mocha</b>
<b>13</b>	<b>CALZADO FE LOX</b>	<b>Yanahurco Mocha</b>
<b>14</b>	<b>CALZADO RODRY`S</b>	<b>Yanahurco Mocha</b>
<b>15</b>	<b>ATAPASHO`S</b>	<b>Yanahurco Mocha</b>
<b>16</b>	<b>DISCABAR</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>17</b>	<b>ANGIE GLAMOUR</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>18</b>	<b>CALZADO MACELL SHOES</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>19</b>	<b>CREACIONES ALEXA</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>20</b>	<b>DIFF</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>21</b>	<b>MARY CRISS</b>	<b>Cantón Cevallos</b>

---

<b>22</b>	<b>MARTINI CALZADO</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>23</b>	<b>WALMER SHOES</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>24</b>	<b>DENNIS</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>25</b>	<b>MARCONI SHOES</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>26</b>	<b>DI-ALI SHOES</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>27</b>	<b>AMBAR BOUTIQUE</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>28</b>	<b>SALPAZ SHOES</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>29</b>	<b>APROCALZA</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>30</b>	<b>UNICALZA</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>31</b>	<b>LUFER´S</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>32</b>	<b>PAUL´S</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>33</b>	<b>CALZA ESTILO SHOES</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>34</b>	<b>CALZADO NATALY</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>35</b>	<b>PRODUCTOS COMERCIALIZADORES DECALZADO ZOS</b>	<b>Y Cantón Cevallos</b>
<b>36</b>	<b>MARÍA JOSMEL CALZADO</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>37</b>	<b>CALZADO JOSMAX</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>38</b>	<b>MACALZA</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>39</b>	<b>CELESTE SHOES</b>	<b>Cantón Cevallos</b>
<b>40</b>	<b>MEGA SHOES</b>	<b>Cantón Cevallos</b>

---



41	RAINI SHOES	Cantón Cevallos
42	CALZADO DAROS	Cantón Cevallos
43	CALZADO CACERES	Cantón Cevallos
44	CALZADO JAVIER	Cantón Cevallos
45	CALZADO FERRETTI	Cantón Cevallos
46	AMBEY SHOES	Cantón Cevallos
47	CENTRO COMERCIAL MARTINEZ	Cantón Cevallos
48	PAVI'S	Cantón Cevallos
49	MACALZA Jr. High Quality	Cantón Cevallos
50	G'CALICES	Cantón Cevallos
51	FACTORY YAHAIRA	Cantón Cevallos
52	CALZADO D'VIVIS	Cantón Cevallos
53	CALZA GUZMÁN	Cantón Cevallos

**Tabla: 1.** Muestra de Población

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** Viviana Torres (2016)

### 3.5.Muestra

En palabras de Hernández Blázquez Benjamín, (2001, pág. 127), menciona que la:

*“Es una parte, más o menos grande pero representativa de un conjunto o población, cuyas características deben reproducirse lo más aproximado posible. Científicamente, las muestras son partes de un conjunto (población) metódicamente seleccionada que se somete a ciertos contrastes*

*estadísticos para inferir resultados sobre la totalidad del universo investigado”.*

Según Sáez Ulloa M. Ed, (2014), indica que la muestra es:

*“La parte seleccionada científicamente, partes que representan el todo reflejando las características que definen la población lo cual indica que es representativa”.*

En palabras de Wigodski Jacqueline, (2010) , indica que:

*“Es indispensable para el investigador ya que es imposible entrevistar a todos los miembros de una población debido a problemas de tiempo, recursos y esfuerzo. Al seleccionar una muestra lo que se hace es estudiar una parte o un subconjunto de la población, pero que la misma sea lo suficientemente representativa de esta para que luego pueda generarse con seguridad de ellas a la población”.*

### **3.6. Unidad de investigación**

Son pequeños y grandes fabricantes ubicados en Cevallos cantón de Tungurahua, dedicados a la elaboración y producción de calzado diverso que busca el mejoramiento continuo de calidad y la incrementación en la productividad, e innovación ante la competitividad del mercado.

Tanto Calzafince siendo una asociación, como fabricantes no asociados, están dedicados al diseño, producción y comercialización de calzado y afines cuya misión es ofrecer productos de calidad para hombres y mujeres sin intermediarios aprovechando la experiencia en el mercado y el trabajo constante en equipo, incorporando productos no contaminantes a fin de contribuir con el medio ambiente para garantizar un crecimiento continuo y rentable.” Calzafince tiene como misión en el 2015 genera innovaciones en los productos, diseños actualizados, con procesos de trabajo vigentes y enfocados a la promoción y posicionamiento de la marca en los diferentes puntos de venta tanto nacional e internacional logrando el reconocimiento por la calidad y servicio que brindamos al consumidor con la mejor tecnología

avanzada que garantice la satisfacción de los clientes, colaboradores, proveedores y socios”, Calzafince (2015).

Siendo así nuestra unidad de investigación está conformada por la siguiente nómina:

**Tabla de Unidad de Investigación de calzado del Cantón de Cevallos**

<b>LOCALES</b>	<b>PERSONAS ENCUESTADAS</b>
<b>CALZAFINCE</b>	1
<b>CREACIONES MABELIZ</b>	1
<b>JANMART SPORT</b>	1
<b>D`MAYCOL</b>	1
<b>CREACIONES CRISTOPHER</b>	1
<b>CALZADO FRANCI`S</b>	1
<b>CREACIONES GUSMAR</b>	1
<b>JOSHEP`S MARC</b>	1
<b>CRAYZY DANNY`S</b>	2
<b>CREACIONES BRAYAN</b>	1
<b>CALZADO JHON-RY</b>	1
<b>CALZADO LUIFER</b>	1
<b>CALZADO FE LOX</b>	1
<b>CALZADO RODRY`S</b>	2
<b>ATAPASHO`S</b>	2
<b>DISCABAR</b>	1
<b>ANGIE GLAMOUR</b>	1
<b>CALZADO MACELL SHOES</b>	1
<b>CREACIONES ALEXA</b>	1

<b>DIFF</b>	1
<b>MARY CRISS</b>	1
<b>MARTINI CALZADO</b>	1
<b>WALMER SHOES</b>	1
<b>DENNIS</b>	1
<b>MARCONI SHOES</b>	1
<b>DI-ALI SHOES</b>	1
<b>AMBAR BOUTIQUE</b>	1
<b>SALPAZ SHOES</b>	1
<b>APROCALZA</b>	1
<b>UNICALZA</b>	1
<b>LUFER´S</b>	1
<b>PAUL´S</b>	1
<b>CALZA ESTILO SHOES</b>	1
<b>CALZADO NATALY</b>	1
<b>PRODUCTOS Y COMERCIALIZADORES DECALZADO ZOS</b>	1
<b>MARÍA JOSMEL CALZADO</b>	1
<b>CALZADO JOSMAX</b>	1
<b>MACALZA</b>	1
<b>CELESTE SHOES</b>	1
<b>MEGA SHOES</b>	1
<b>RAINI SHOES</b>	1
<b>CALZADO DAROS</b>	1
<b>CALZADO CACERES</b>	1

<b>CALZADO JAVIER</b>	1
<b>CALZADO FERRETTI</b>	1
<b>AMBEY SHOES</b>	1
<b>CENTRO COMERCIAL MARTINEZ</b>	1
<b>PAVI'S</b>	1
<b>MACALZA Jr. High Quality</b>	1
<b>G´CALICES</b>	1
<b>FACTORY YAHAIRA</b>	1
<b>CALZADO D´VIVIS</b>	1
<b>CALZA GUZMÁN</b>	1
<b>TOTAL UNIDAD DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>56</b>

**Tabla: 2.** Unidad de Investigación

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

### 3.7. Operacionalización de la Variable Independiente-El control de costos de Fabricación.

SIGNIFICACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS	
<b>El control de costos de fabricación sirve para la elaboración de producto/servicios mediante técnicas, procedimientos, registros. Clasificados en elementos como materia prima, mano de obra, y CIF.</b>	Elementos Costos	de	Mano de Obra	¿Existe un registro y control de mano de obra utilizada en la producción? ¿Cada ejecución de trabajo es registrado por medio de tarjetas de tiempo?	Encuesta
			Materia Prima	¿Se realiza constataciones físicas de materia prima? ¿Existe control de los suministros o desperdicios del material utilizado? ¿Existe un registro de materia prima e insumos?	Encuesta
	Determinación de Costos		CIF	¿Para establecer el costo se toma en cuenta los CIF? ¿Para la obtención del precio de venta se utiliza algún método contable?	Encuesta
			Por Procesos	¿Realizan todo el proceso de fabricación del calzado en el mismo lugar?	Encuesta
			Por Ordenes	¿La fábrica, fabrica el producto por lotes o pedidos?	Encuesta

**Tabla: 3.** Operacionalización de la Variable Independiente - El control de costos de Fabricación

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Investigación de Campo

### 3.8. Operacionalización de la Variable Dependiente-La determinación del Precio de Venta

SIGNIFICACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS
La determinación del precio de venta se una estrategia financiera para definir el valor económico a pagar por parte de los consumidores, el precio de venta está fijado mediante políticas internas y externas de la fábrica, margen de utilidad sin olvidarse de lineamientos del mercado.	Estrategias	Estrategia de precios.	¿Identifica los costos directos de los costos indirectos que incurren en la fabricación del calzado?	Check-List
		Estrategia de marketing	¿Cuentan con asesor técnico para la elaboración del calzado?	Encuesta
	Precios Competitivos	Precio de Venta	¿Considera que los precios de sus calzados son competitivos en el mercado?	Encuesta
	Precios Diferenciales	Categorización de clientes	¿Los precios de venta son fijados de acuerdo a la situación económica del mercado?	Encuesta

**Tabla: 4.** Operacionalización de la Variable Dependiente - Determinación del Precio de Venta

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Investigación de Campo

### 3.9. Plan de recolección de la información

En esta investigación la información necesaria será levantada por medio de una encuesta, de carácter cerrado para evitar imprecisiones en la información que requerimos.

A continuación el tipo de preguntas y su explicación:

<b>PREGUNTAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
<b>¿Para qué?</b>	Para analizar y comprobar la hipótesis
<b>¿A qué persona?</b>	Gerente, Contador/Contadora
<b>¿Sobre qué aspecto?</b>	Las variables Independiente y Dependiente: Control de los costos de fabricación y la determinación del precio de venta.
<b>¿Quién?</b>	Viviana Torres
<b>¿Cuándo?</b>	Diciembre 2016 y Enero 2017
<b>¿Lugar de recolección de la información?</b>	Cantón Cevallos, provincia de Tungurahua
<b>¿Cuántas veces?</b>	Veces Necesarias
<b>¿Qué técnicas de recolección de información se utilizara?</b>	Encuesta.
<b>¿En qué situaciones?</b>	Eventos normales en el sector manufacturero

**Tabla: 5.** Plan de Recolección de Información

**Fuente:** Diseño de proyectos en la investigación

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)



### 3.10. Plan de procesamiento de la información

Una vez que se ha recolectado toda la información necesaria de forma ordenada, clasificada y finalmente tabulada se realizara los siguientes pasos para poder ser procesada y registrada en la presente investigación:

---

#### **Elaboración de instrumentos para la recolección de información**

##### **Recolección de la información**

##### **Revisión y depuración de la información recolectada**

##### **Pruebas aplicando el objeto investigado**

##### **Tabulación de la información recolectada**

##### **Presentación de la información recolectada**

##### **Análisis y elaboración de la información en cuadros estadísticos**

##### **Aplicación e interpretación de resultados**

##### **Comprobación de hipótesis**

##### **Establecer conclusiones y recomendaciones.**

**Tabla: 6.** Plan de Procesamiento de Información

**Fuente:** Fundamentación de la investigación

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

Según Cuéllar M. Guillermo A, (2000), menciona que por:

*“Proceso de datos se entienden habitualmente las técnicas eléctricas, electrónicas o mecánicas usadas para manipular datos para el empleo humano*

*o de máquinas. Por supuesto, dado que se ha avanzado mucho en la comparación entre computadoras y cerebros”.*

En opinión de I. Eduardo, (2007), indica que es un:

*“Término genérico para denotar las corrientes de teóricas que se ocupan de la secuencia y ejecución de los hechos cognoscitivos. Se concentra en la forma en que las personas prestan atención a los sucesos del medio, codifica la información que debe aprender y la relaciona con los conocimientos que ya tiene, almacena la nueva información en la memoria y la recupera cuando la necesita”.*

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS**

#### **4. Principales Resultados**

##### **4.1. Análisis e Interpretación de Resultados**

Según Pérez Leal José, (2010) , menciona que el análisis de resultados:

*“Es lo más difícil de redactar, aunque los resultados obtenidos sean válidos y muy interesantes, si el análisis de resultados está redactado de manera deficiente, esto afectara seriamente el trabajo. Usualmente cuando se llega a esta parte del trabajo, el investigador suele estar un poco cansado por eso es importante tomar esta parte del trabajo con tranquilidad”.*

En palabras de Basagoiti Álvaro, (2006) , indica que el:

*“Análisis de resultados es la parte del informe en la que establece las conclusiones del mismo. Debe ser claro y conciso, ya que el lector suele llegar cansado a esta parte del ensayo. Este análisis debe proponer cuestiones sobre el tema estudiado y plantear nuevas corrientes y perspectivas para futuras investigaciones”.*

##### **4.1.1. Resultados del Check-List aplicado al personal del Sector Manufacturero de Calzado del Cantón Cevallos**

<b>CONTROL DE COSTOS DE FABRICACIÓN Y DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VETA</b>						
<b>COMPONENTE DE CONTROL</b>	<b>INTERROGANTES</b>	<b>VALORACIÓN</b>				
		0%	25%	50%	75%	100%
<b>Control de los Costos de Fabricación</b>	¿Elaboran un Control de costos de Fabricación?		X			
	¿Se realiza un seguimiento sobre la mercadería que ingresa en la bodega?			X		
	¿Se controla el desperdicio de materiales?		X			
	¿Se analizan varias proformas antes de comprar la materia prima?	X				
	¿Para establecer el costo se toma en cuenta los costos indirectos de fabricación?			X		
<b>Determinación del Precio de Venta</b>	¿Se identifican los costos indirectos que incurren en la fabricación?		X			
	¿Se identifican los costos directos que incurren en la fabricación?		X			
	¿Los precios de venta que asignan a al calzado van de acuerdo a la calidad?			X		
	¿El precio de venta del calzado es competitivo en el mercado?				X	
	¿Se fabrica el calzado por lotes?				X	
	¿Se fabrica el calzado por pedidos?		X			
	¿Identifica los costos directos de los costos indirectos que incurren en la fabricación del calzado?		X			

**Tabla: 7.** Check-List.

**Fuente:** Check-List aplicado a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

## **Análisis**

La información obtenida en el Check-List aplicado, tenemos como resultado que la mayor parte del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos, lleva una contabilidad tradicional e inexacta con escasos conocimientos contables al momento de realizar la producción de calzado, además de no tomar en cuenta las políticas de cada área productiva y la menor parte del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos, lleva un control y manejo adecuado y eficaz al momento de aplicar un Sistema de Costos acorde a su producción de calzado.

## **Interpretación**

Con esta manera de observación nos da a conocer que los componentes tanto las políticas como el control interno no son adecuadamente implementadas en la mayor parte del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos y la minoría utiliza de manera eficaz las políticas de cada área y un control interno adecuado en la producción de calzado.

### **4.1.2. Resultados de la Encuesta aplicada al Sector Manufacturero de Calzado del Cantón Cevallos**

- 1. ¿De los siguientes aspectos cual considera que es más importante para el cliente?**

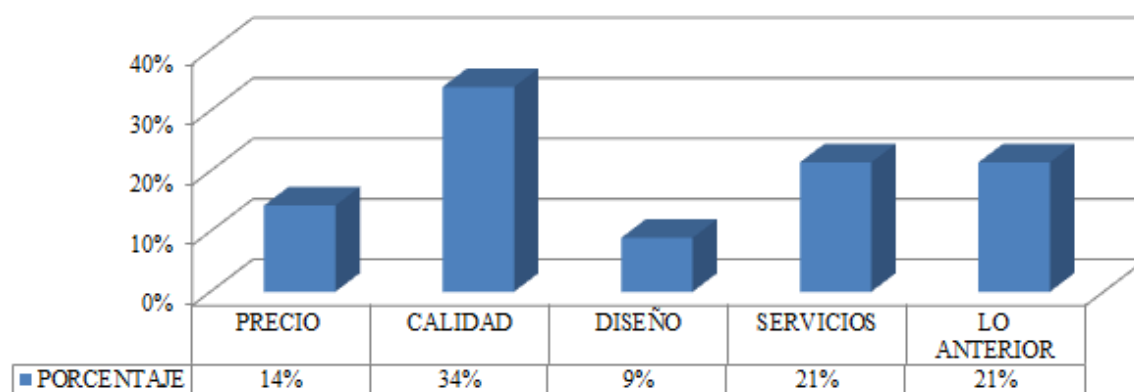
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>PRECIO</b>	8	<b>14%</b>
<b>CALIDAD</b>	19	<b>34%</b>
<b>DISEÑO</b>	5	<b>9%</b>
<b>SERVICIOS</b>	12	<b>21%</b>
<b>TODO LO ANTERIOS</b>	12	<b>21%</b>
<b>TOTAL</b>	56	<b>100%</b>

**Tabla: 8.** Aspectos importantes a considerar.

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### ASPECTOS IMPORTANTES A CONSIDERAR



**Gráfico: 9.** Aspectos importantes a considerar

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

### Análisis

Los datos obtenidos en los aspectos importantes a considerar es el 34% corresponde a la calidad, el 21% corresponde tanto para el servicio como para todo lo anterior preguntado en la encuesta, el 14% corresponde para el precio y el 9% corresponde para el diseño.

### Interpretación

Con este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos, piensa que la calidad es más importante, mientras que algunos indican que el precio, la calidad, el diseño el servicio es un conjunto de aspectos que importan al cliente al momento de comprar el calzado.

## 2. ¿Qué tipo de materia prima principal se utiliza en la elaboración del calzado?

ALTERNATIVO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-------------	------------	------------

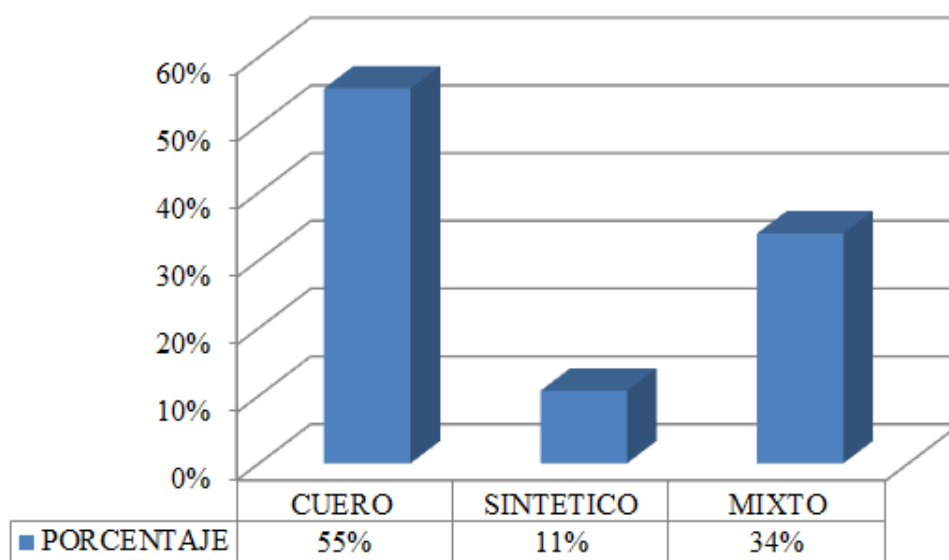
<b>CUERO</b>	31	<b>55%</b>
<b>SÍNTETICO</b>	6	<b>11%</b>
<b>MIXTO</b>	19	<b>34%</b>
<b>TOTAL</b>	56	<b>100%</b>

**Tabla: 9.** Material principal utilizado

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

### TIPO DE MATERIA PRIMA PRINCIPAL



**Gráfico:10.** Material principal utilizado

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

### Análisis

La información obtenida de la encuesta aplicada, tenemos como resultado el 55% respondieron que su materia prima es el cuero, el 11% es sintético y el 34% de la materia prima utilizada es mixto.

### Interpretación

Con este resultado nos da a conocer que la materia prima utilizada por la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos es el cuero y la minoría utiliza como materia prima tanto el sintético como ambos.

**3. ¿Cuál es el tipo de procedencia de la materia prima principal utilizada para la elaboración del calzado?**

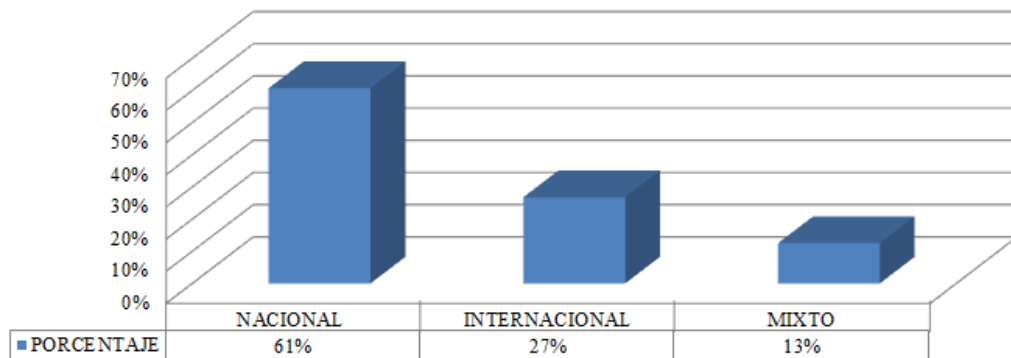
ALTERNATIVO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NACIONAL	34	61%
INTERNACIONAL	15	27%
MIXTO	7	13%
TOTAL	56	100%

**Tabla: 10 .** Tipo de material Utilizado

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**PROCEDENCIA DE LA MATERIA PRIMA PRINCIPAL**



**Gráfico: 11.** Tipo de material Utilizado

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Análisis**



El resultado obtenido de la encuesta aplicada, tenemos como resultado que el 61% corresponde que el material utilizado es nacional mientras que el 27% es internacional y el 13% utilizan tanto nacional como internacional..

### Interpretación

El resultado nos da a conocer que el material utilizado por la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos es nacional y los demás fabricantes utilizan material tanto internacional como nacional.

#### 4. ¿Existe un registro de la materia prima e insumos?

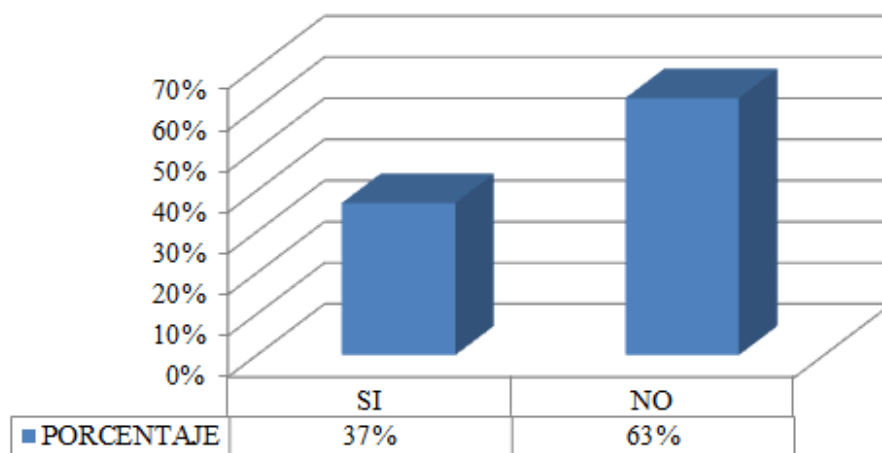
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	21	37%
NO	35	63%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabla:11.** Registro de Materia Prima e Insumos

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### REGISTRO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS



**Gráfico: 12.** Registro de Materia Prima e Insumos

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### **Análisis**

La información obtenida de la encuesta aplicada, tenemos como resultado el 37% respondieron que si registran la materia prima e insumos, mientras que 63% no cuentan con un registro de materia prima e insumos.

### **Interpretación**

Con este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos si llevan un registro de la materia prima e insumos, a lo que la minoría no lo hacen.

#### **5. ¿Se realiza constatación física de la materia prima?**

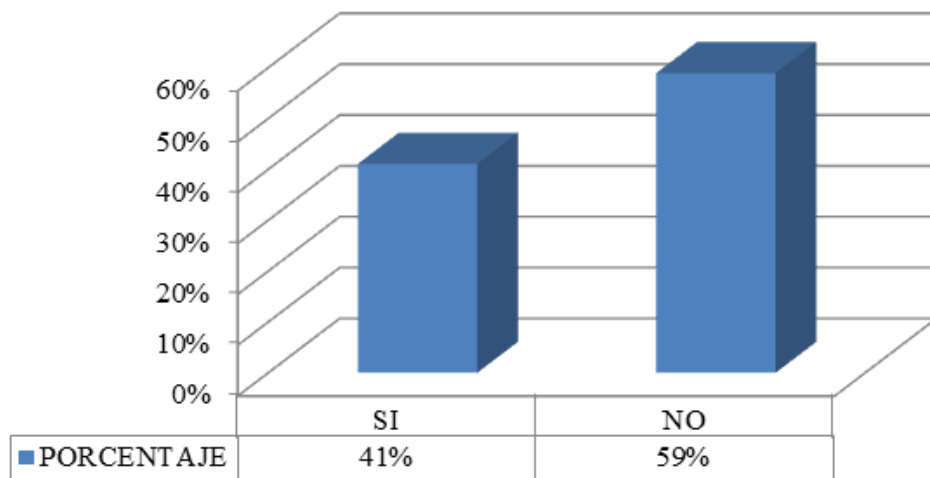
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	23	<b>41%</b>
<b>NO</b>	33	<b>59%</b>
<b>TOTAL</b>	56	<b>100%</b>

**Tabla:12.** Constatación física

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

## CONSTATACIÓN FÍSICA DE LA MATERIA PRIMA



**Gráfico: 13.** Constatación física

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

### Análisis

Los datos obtenidos en la encuesta sobre la constatación física de la materia prima corresponde al 59% de que si cuentan con la constatación y con el 41% indican que si lo hacen.

### Interpretación

Este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos indica que no realizan la constatación física de la materia prima, mientras que el resto del sector indica que si realizan la constatación física de la materia prima, razón por la cual no existe un claro control.

### 6. ¿Se realizan controles de manejo de inventarios?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	20%

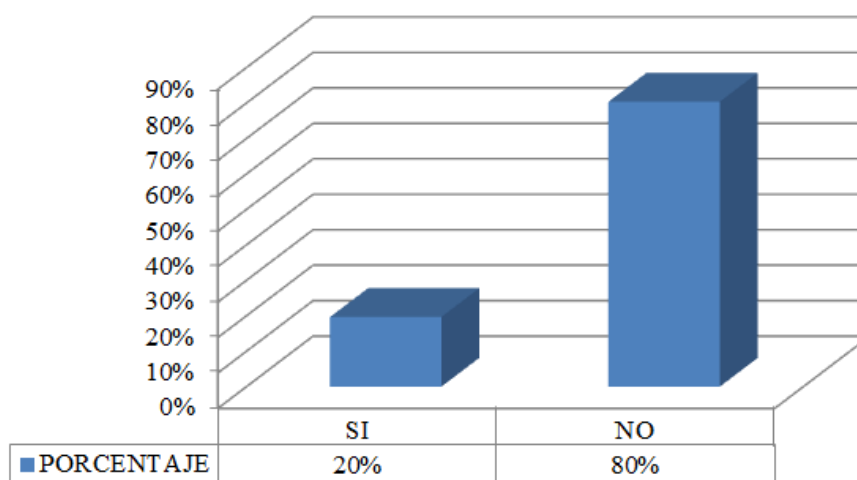
NO	45	80%
<b>TOTAL</b>	56	<b>100%</b>

**Tabla: 13.** Manejo de inventarios

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### CONTROL DE MANEJO DE INVENTARIO



**Gráfico: 14.** Manejo de inventarios

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

### Análisis

La información obtenida de la encuesta aplicada, tenemos como resultado el 20% respondieron que si realizan controles de manejo de inventario, mientras que 80% no realizan controles de manejo de inventario.

### Interpretación

Con este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos si realizan controles de manejo de inventario, mientras que la minoría indica que no realizan controles de manejo de inventario razón por la cual no obtiene rentabilidad adecuada.

**7. ¿Existe un registro diario de ventas?**

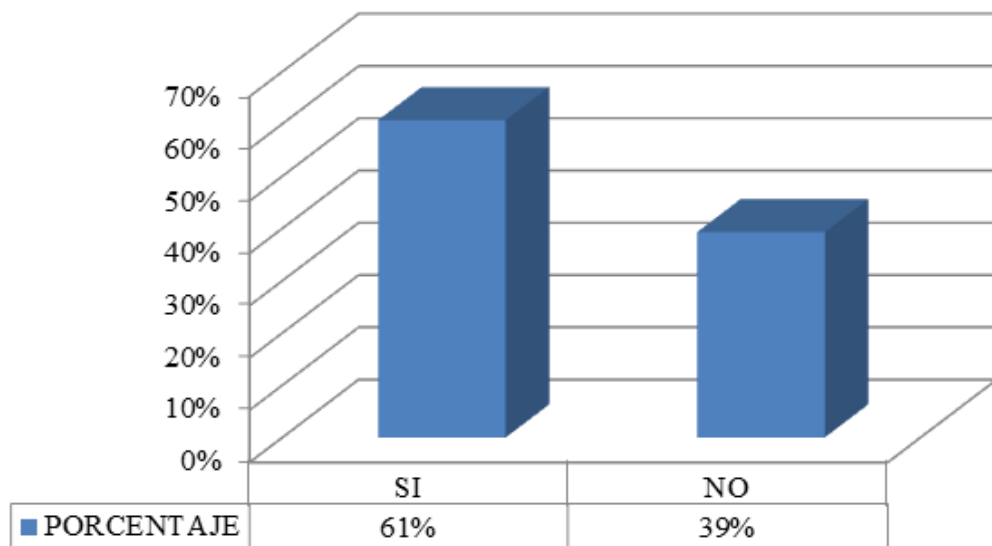
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	34	61%
NO	22	39%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabla:14.** Registro Diario de Ventas

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

**REGISTRO DIARIO DE VENTAS**



**Gráfico: 15.** Registro Diario de Ventas

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

**Análisis**

Los datos obtenidos en la encuesta sobre si registran las ventas diarias respondieron el 61% que si lo hacen, y un 39% que no realizan el registro de ventas, ya que tienen

una información de las ventas al momento de la futura fabricación tanto de pedidos como de lotes.

### Interpretación

Este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos indican que si registran las ventas diarias para obtener una información actualizada de las ventas del calzado.

#### 8. ¿Cuentan con una persona especializada en el área contable?

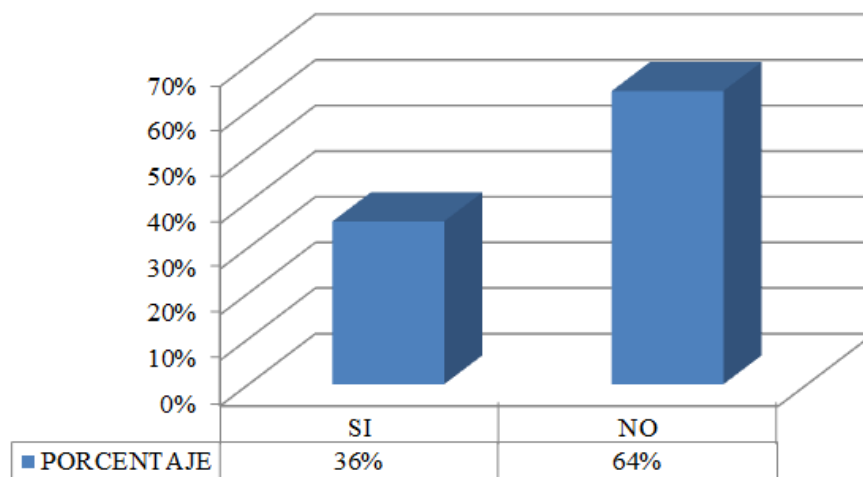
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	36%
NO	36	64%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabla: 15.** Persona especializada en área contable

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

#### PERSONAL CONTABLE ESPECIALIZADO



**Gráfico: 16.** Persona especializada en el área contable

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

## **Análisis**

La información obtenida de la encuesta aplicada, tenemos como resultado el 36% respondieron que si cuentan con una persona especializada en el área contable mientras que 64% no cuentan con una persona especializada en contabilidad.

## **Interpretación**

Con este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos no cuentan con una persona especializada en el área contable, puesto que la persona que está a cargo del área contable es el mismo fabricante o un familiar quien se guía por la partida doble que en opinión de ellos es una contabilidad más tradicional mientras que la minoría del sector si lo hacen.

### **9. ¿Cuentan con un asesor técnico para la elaboración del calzado?**

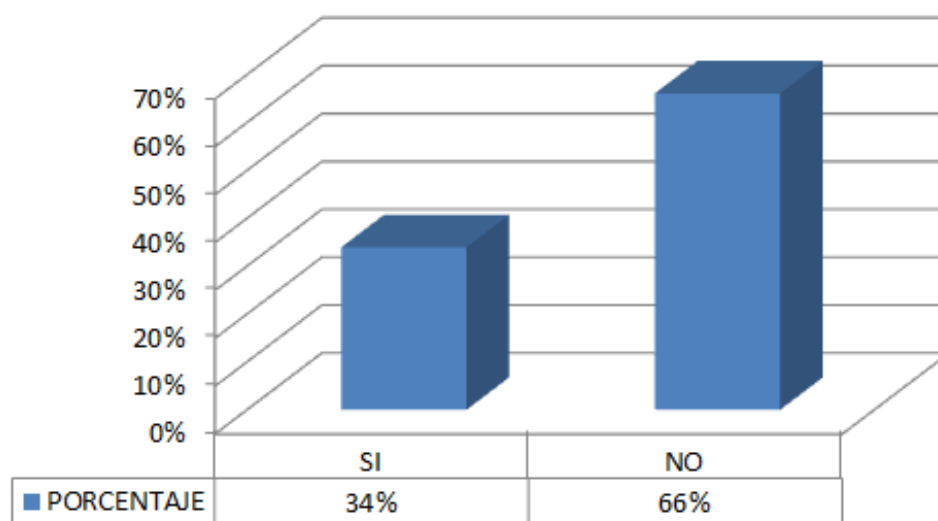
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	19	<b>34%</b>
<b>NO</b>	37	<b>66%</b>
<b>TOTAL</b>	56	<b>100%</b>

**Tabla: 16.** Asesor Técnico de Calzado

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

## ASESOR TÉCNICO DE CALZADO



**Gráfico: 17.** Asesor Técnico del Calzado

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### Análisis

La información obtenida de la encuesta aplicada, tenemos como resultado el 66% respondieron que no cuentan con un asesor técnico para la elaboración del calzado, mientras que 34% indicaron que si cuentan con un asesor técnico para la elaboración del calzado.

### Interpretación

Con este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos que no cuentan con un asesor técnico para la elaboración del calzado ya que es más costo y no existe financiamiento para el pago al no existir utilidades deseadas, mientras que la minoría respondieron que si cuentan con un asesor técnico para la elaboración del calzado así mejorarían las ventas del producto y todo esfuerzo tiene su riesgo ya sea para mejorar o equilibrar costos y gastos.

### 10. ¿Existen documentos de control en las diferentes áreas de producción?

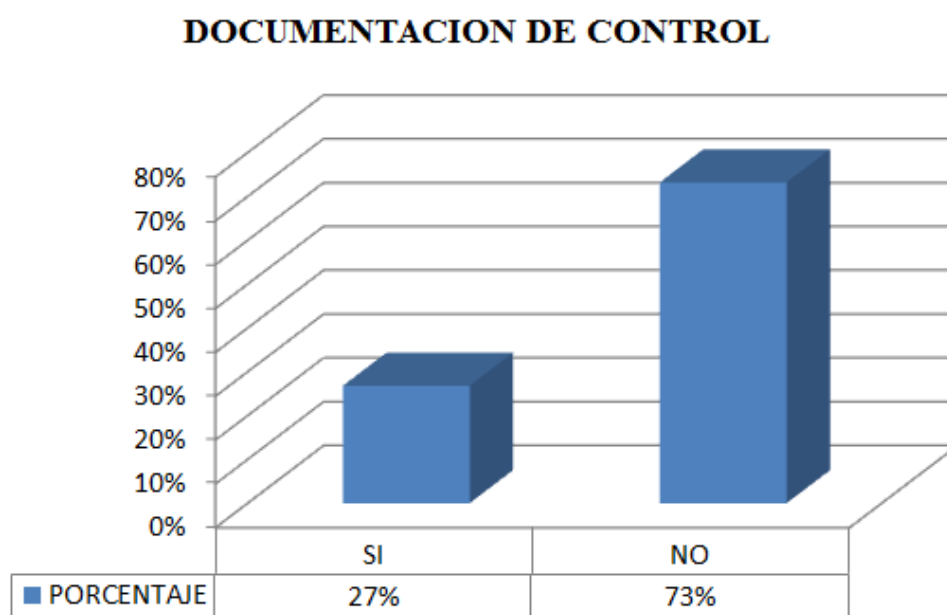


ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	27%
NO	41	73%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabla:17.** Documentación de Control

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos



**Gráfico: 18.** Documentación de Control

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### Análisis

La información obtenida de la encuesta aplicada, tenemos como resultado el 27% respondieron que si existe documentos de control en las diferencias áreas de producción, mientras que 73% indicaron que no existe documentos de control en las diferencias áreas de producción.

### Interpretación

Con este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos, no existe documentos de control en las diferencias áreas de producción, razón por la cual algunos fabricantes son familiares y en su opinión creen que no es necesario la documentación de este, mientras que la minoría respondieron que si existe documentos de control en las diferencias áreas de producción tipo de control.

**11. ¿Existe control de los suministros o desperdicios del material utilizado en la fabricación del calzado?**

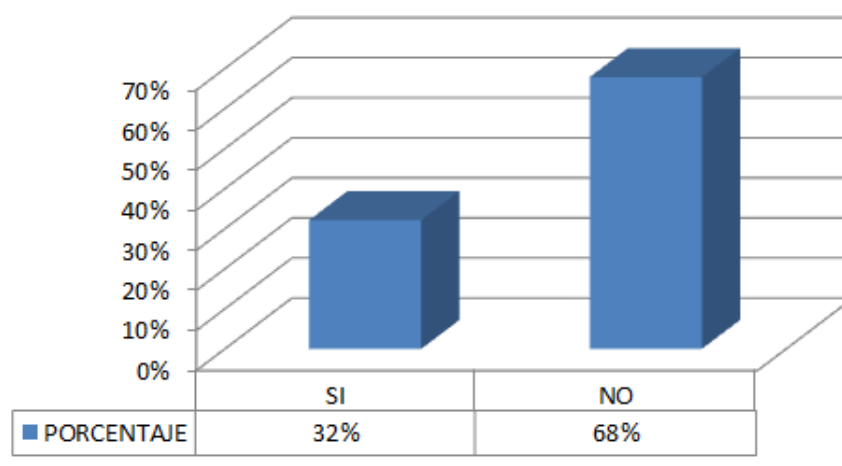
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	32%
NO	38	68%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabla: 18.** Control de Suministros o Desperdicios Utilizados

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

**CONTROL DE SUMINISTROS O DESPERDICIOS UTILIZADOS**



**Gráfico:19.** Control de Suministros o Desperdicios Utilizados

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

## **Análisis**

La información obtenida de la encuesta aplicada, tenemos como resultado el 32% respondieron que si existe control de los suministros o desperdicios del material utilizado en la fabricación del calzado, mientras que 68% indicaron que no existe control de los suministros o desperdicios del material utilizado en la fabricación del calzado.

## **Interpretación**

Con este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos no existe control de los suministros o desperdicios del material utilizado en la fabricación del calzado ya que al ser desperdicios no le dan la importancia que esta amerita, mientras que la minoría respondieron que si existe control de los suministros o desechos del material utilizado en la fabricación del calzado, desperdicios del material e insumos que pueden ser reutilizables.

### **12. ¿Existe un registro de mano de obra utilizada en la fabricación de calzado?**

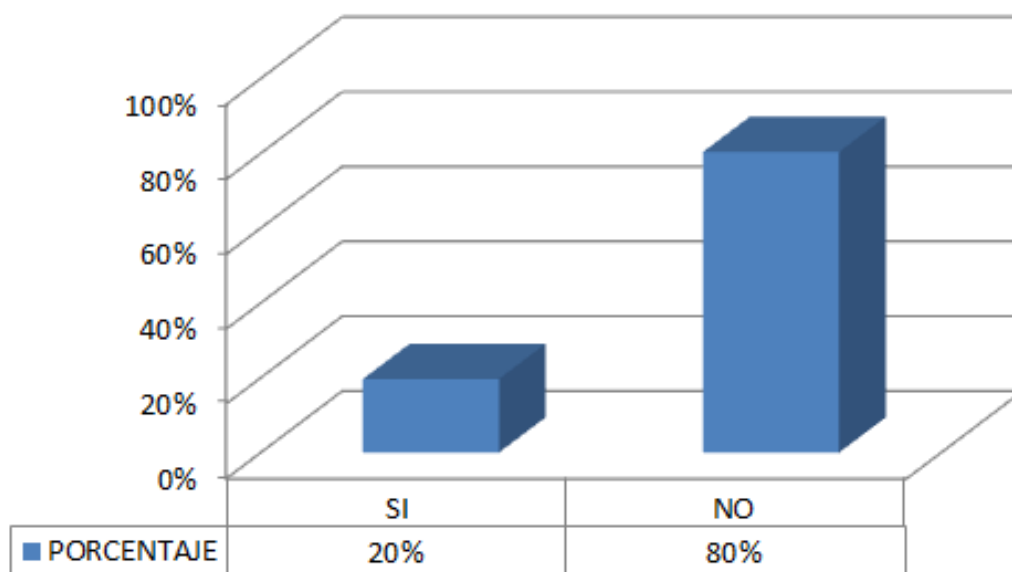
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	11	<b>20%</b>
<b>NO</b>	45	<b>80%</b>
<b>TOTAL</b>	56	<b>100%</b>

**Tabla: 19.** Registro de mano de obra

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

## REGISTRO DE MANO DE OBRA



**Gráfico:20.** Registro de mano de obra

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### **Análisis**

La información obtenida de la encuesta aplicada, tenemos como resultado el 20% respondieron que si existe un registro y control de mano de obra, mientras que 80% no existe un registro y control de mano de obra.

### **Interpretación**

Con este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos no llevan un registro ni un control adecuado en la mano de obra utilizada en la fabricación, producción del calzado, mientras que el resto del sector si lo hace.

### **13. ¿Cada ejecución de trabajo es registrado por medio de una tarjeta de tiempo?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-------------	------------	------------

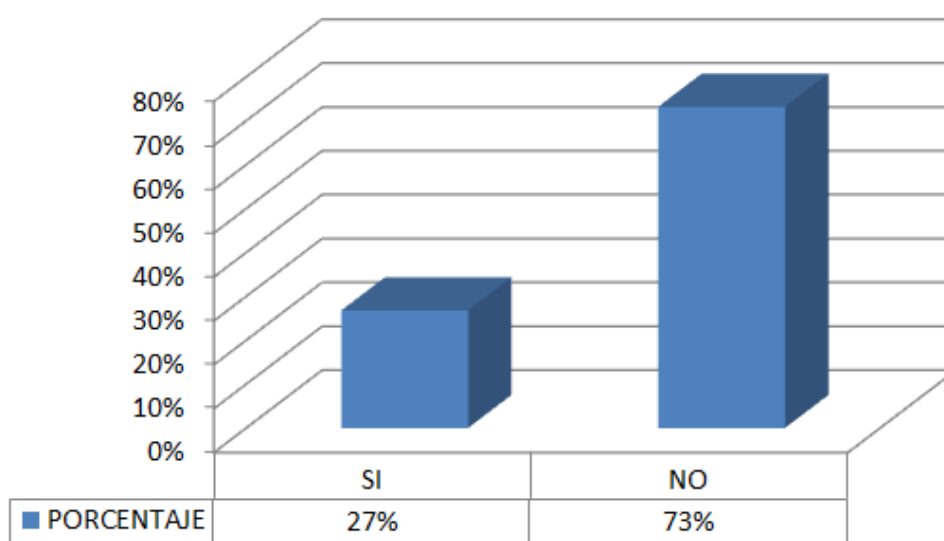
<b>SI</b>	15	<b>27%</b>
<b>NO</b>	41	<b>73%</b>
<b>TOTAL</b>	56	<b>100%</b>

**Tabla: 20.** Registro por tarjeta tiempo

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### REGISTRO POR TARJETA TIEMPO



**Gráfico: 21.** Registro por tarjeta tiempo

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### Análisis

Los datos obtenidos en la encuesta sobre el costo de mano de obra se considera el tiempo en la fabricación que corresponde al 73% que no lo consideran, mientras el 27% si lo hacen.

### Interpretación

Este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos indica que no consideran el tiempo real empleado en la fabricación que influye en el costo, mientras que la minoría del sector si lo considera.

**14. ¿Para el costo de mano de obra se considera el tiempo empleado en la fabricación?**

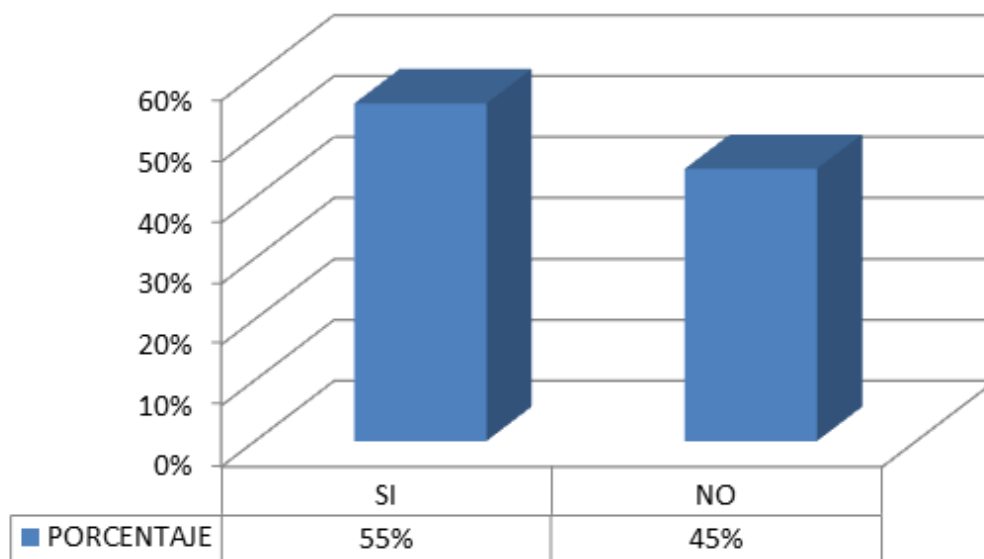
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	31	55%
NO	25	45%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabla: 21.** Tiempo empleado en la fabricación

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

**TIEMPO EMPLEADO EN LA FABRICACIÓN**



**Gráfico: 22.** Tiempo empleado en la fabricación

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

## **Análisis**

Los datos obtenidos en la encuesta sobre el costo de mano de obra se considera el tiempo empleado en la fabricación corresponde al 55% que si lo consideran mientras que el 45% indica que no lo consideran.

## **Interpretación**

Este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos indica que si lo considera ya que es un valor clave a la hora de incluir costos, mientras que el resto del sector no lo considera en su totalidad lo hacen de manera básica pero no exacta.

### **15. ¿Para establecer los costos, se toma en cuenta los costos indirectos de fabricación?**

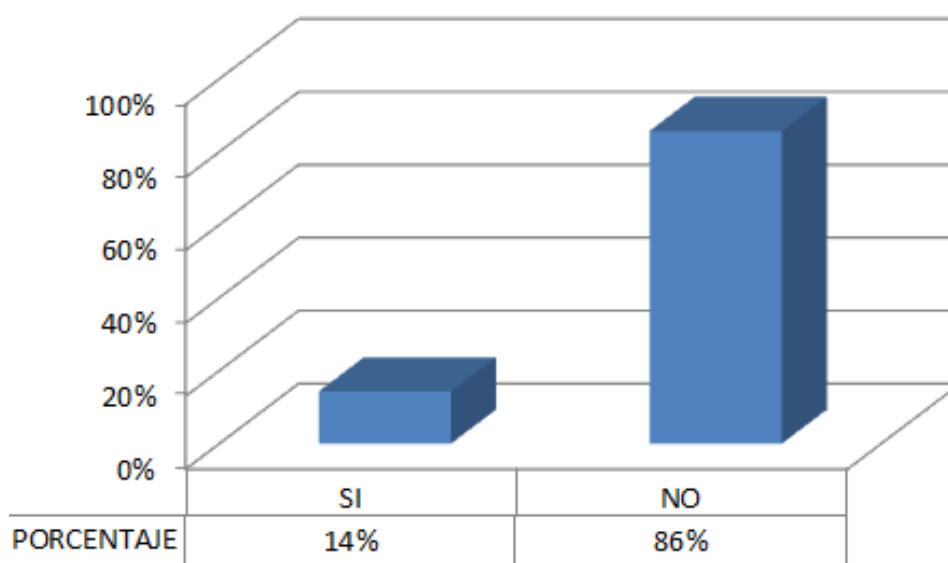
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	8	<b>14%</b>
<b>NO</b>	48	<b>86%</b>
<b>TOTAL</b>	56	<b>100%</b>

**Tabla: 22.** CIF para establecer Costo Total

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### CIF PARA ESTABLECER COSTOS



**Gráfico: 23.** CIF para Establecer Costo Total

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

#### **Análisis**

La información obtenida de la encuesta aplicada, tenemos como resultado el 86% respondieron que no se toma en cuenta los CIF para establecer el costo total del producto, mientras que 14% indicaron que si se toma en cuenta los CIF para establecer el costo total del calzado.

#### **Interpretación**

Con este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos que no se toma en cuenta los CIF para establecer el costo total del producto correctamente ya que solo toman costos básicos y no en su totalidad, razón por la cual sus gastos son mayores que sus costos, mientras que la minoría respondieron que si se toma en cuenta los CIF para establecer el costo total del calzado.

**16. ¿Se realiza todo el proceso de fabricación del calzado en el mismo lugar?**

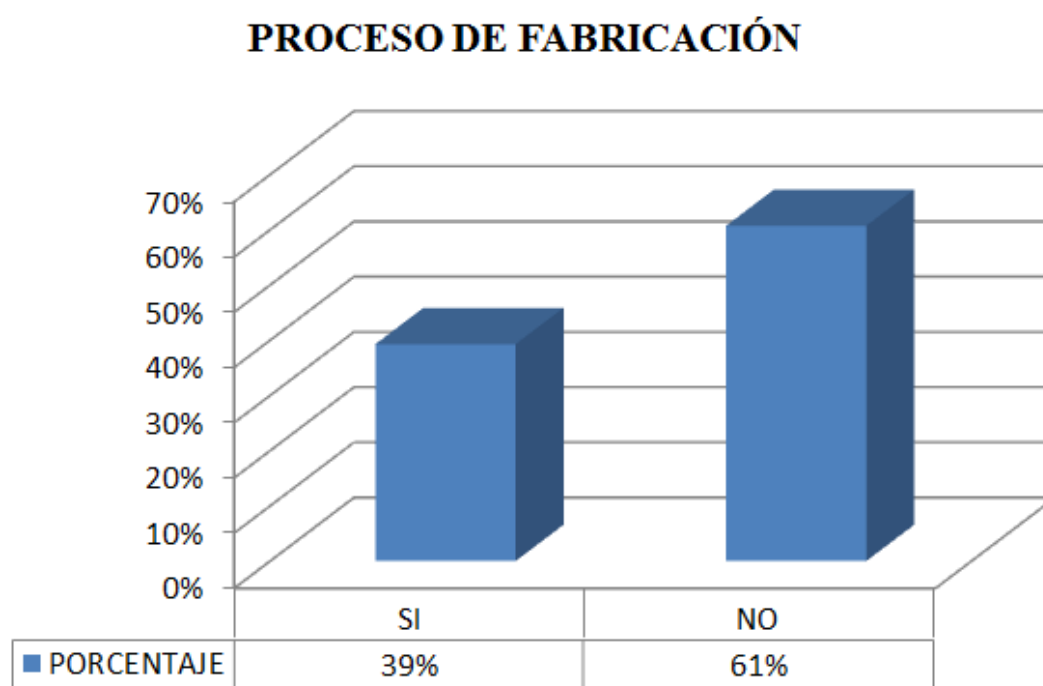


ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	22	39%
NO	34	61%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabla: 23.** Proceso de fabricación

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos



**Gráfico:24.** Proceso de fabricación

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### Análisis

La información obtenida de la encuesta aplicada, tenemos como resultado el 39% respondieron que si realizan todo el proceso del fabricación (desde el diseño, corte hasta la venta del producto) los mismos fabricantes, mientras que el 61% no realizan todo el proceso del calzado (desde el diseño, corte hasta la venta del producto).

## Interpretación

Con este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos no realizan todo el proceso del calzado (desde el diseño, corte hasta la venta del producto), por lo que tienen que pagar a maquilas, fábricas, inclusive a otras personas informales que se encargan en armar, cortar, diseñar o del proceso que los fabricantes no lo pueden hacer, mientras que la minoría indica que si realizan todo el proceso del calzado (desde el diseño, corte hasta la venta del producto) ellos mismos.

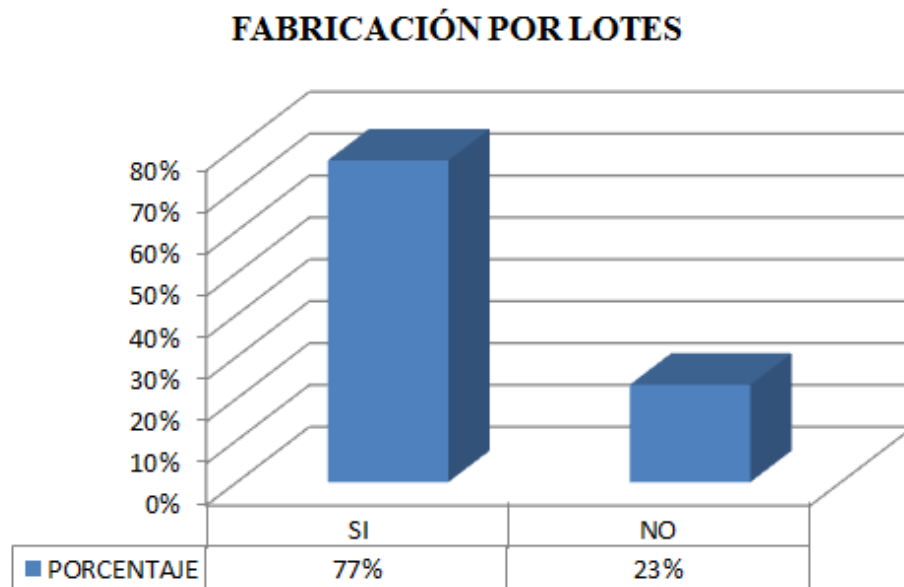
### 17. ¿Se fabrica el calzado por lotes?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	43	77%
NO	13	23%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabla: 24.** Fabricación por Lotes

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos



**Gráfico: 25.** Fabricación por Lotes

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### **Análisis**

Los datos obtenidos en la encuesta sobre la fabricación del calzado por medio de lotes corresponden al 77% que sí, mientras que el 23% fabrica mediante otro método.

### **Interpretación**

Este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos indica que si fabrican el calzado por medio de lotes ya que es una producción con mayor rentabilidad y más fácil de venderlos, mientras que la minoría del sector lo hacen mediante pedidos.

#### **18. ¿Se fabrica el calzado por pedidos?**

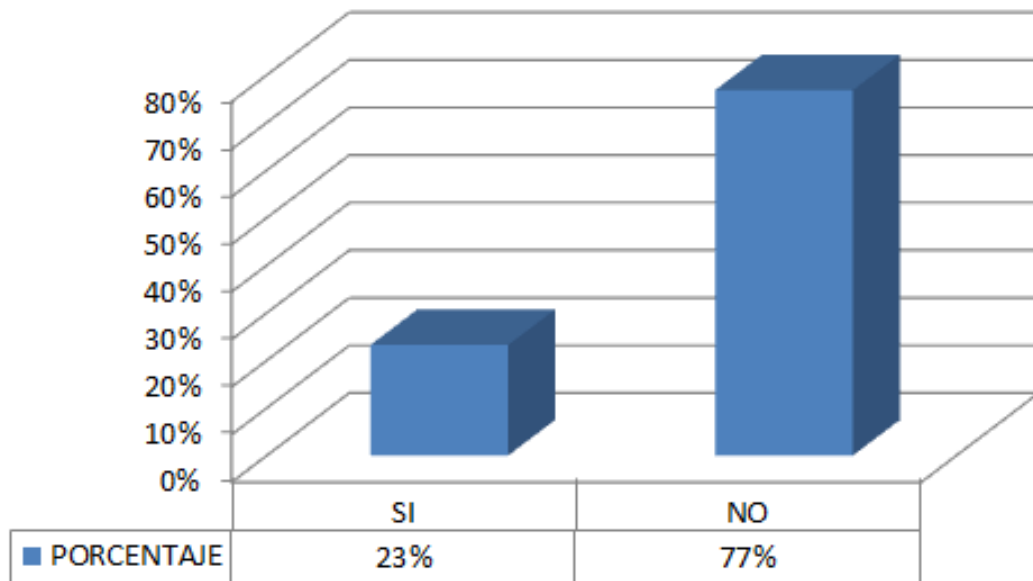
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	13	<b>23%</b>
<b>NO</b>	43	<b>77%</b>
<b>TOTAL</b>	56	<b>100%</b>

**Tabla: 25.** Fabricación por Pedidos

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

## FABRICACIÓN POR PEDIDOS



**Gráfico: 26.** Fabricación por Pedidos

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### Análisis

Los datos obtenidos en la encuesta sobre la fabricación del calzado por medio de pedidos corresponden al 23% que sí, mientras que el 77% fabrica mediante otro método.

### Interpretación

Este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos indica que no fabrican el calzado por medio de pedidos ya que es una producción más difícil de venderlos y al no tener una economía no tan estable los pedidos han perdido rentabilidad, por lo hacen mediante lotes.

### 19. ¿Para la obtención del precio de venta utilizan método contable?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-------------	------------	------------

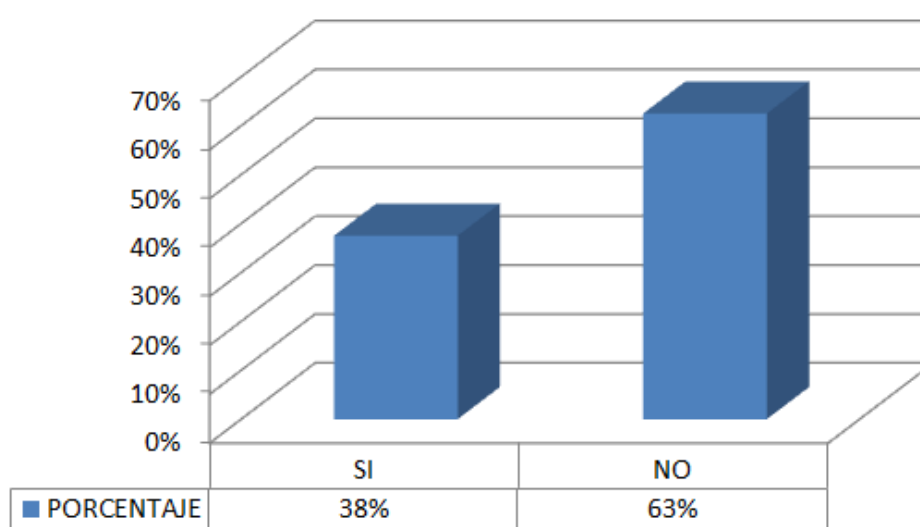
<b>SI</b>	<b>21</b>	<b>38%</b>
<b>NO</b>	<b>35</b>	<b>63%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabla: 26.** Método Contable utilizado

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### MÉTODO CONTABLE UTILIZADO



**Gráfico:27.** Método Contable utilizado

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

#### **Análisis**

La información obtenida de la encuesta aplicada, tenemos como resultado el 63% respondieron a que no utilizan un método contable para la obtención del precio de venta, mientras que el 38% si utilizan un método contable.

#### **Interpretación**

Con este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos no utilizan un método contable para la obtención del precio de venta, solo utilizan la partida doble y una contabilidad tradicional y poco

confiable a la hora de emitir costos exactos y reales, mientras que la minoría del sector utilizan un método contable de acuerdo a la producción que llevan.

**20. ¿Los precios de venta son fijados de acuerdo a la situación económica del mercado?**

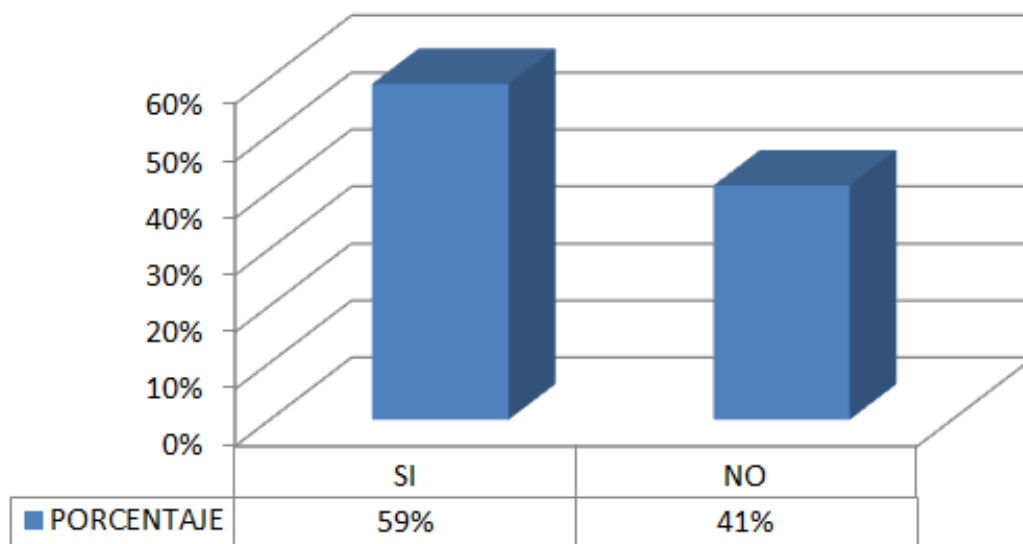
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	33	59%
NO	23	41%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabla: 27.** Precios fijados por la situación económica del mercado

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

**PRECIOS FIJADOS POR LA SITUACIÓN ECONOMICA DEL MERCADO**



**Gráfico: 28.** Precios fijados por la situación económica del mercado

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

La información obtenida de la encuesta aplicada, tenemos como resultado el 59% fija el precio de acuerdo a la situación económica del mercado, mientras que el 41% no lo hace.

### **Interpretación**

Con este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos fija el precio de acuerdo a la situación económica del mercado reforzando así el sistema económico ya establecido, mientras que el resto del sector manufacturero fija los precios de acuerdo a la economía que llevan y a la factibilidad del cliente para la compra de sus productos.

#### **21. ¿Considera que los precios son competitivos en el mercado?**

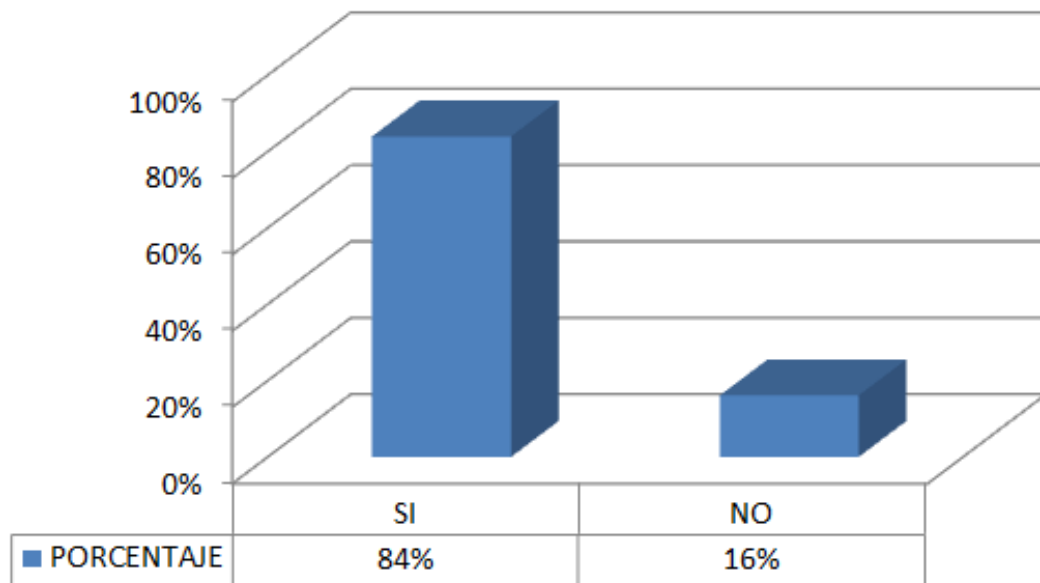
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	47	<b>84%</b>
<b>NO</b>	9	<b>16%</b>
<b>TOTAL</b>	56	<b>100%</b>

**Tabla: 28.** Precios Competitivos

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

## PRECIOS COMPETITIVOS



**Gráficos:29.** Precios Competitivos

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### Análisis

La información obtenida de la encuesta aplicada, tenemos como resultado el 84% consideran que sus precios son competitivos en el mercado, mientras que el 16% no lo están de acuerdo.

### Interpretación

Con este resultado nos da a conocer que la mayoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos consideran que sus precios son competitivos en el mercado, mientras que la minoría no está de acuerdo ya que indican que sus precios no son acorde a la calidad de su calzado considerando que los mismo debería tener un costo más elevado en relación al calzado de los demás.

### 22. ¿La empresa obtiene la utilidad deseada?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-------------	------------	------------



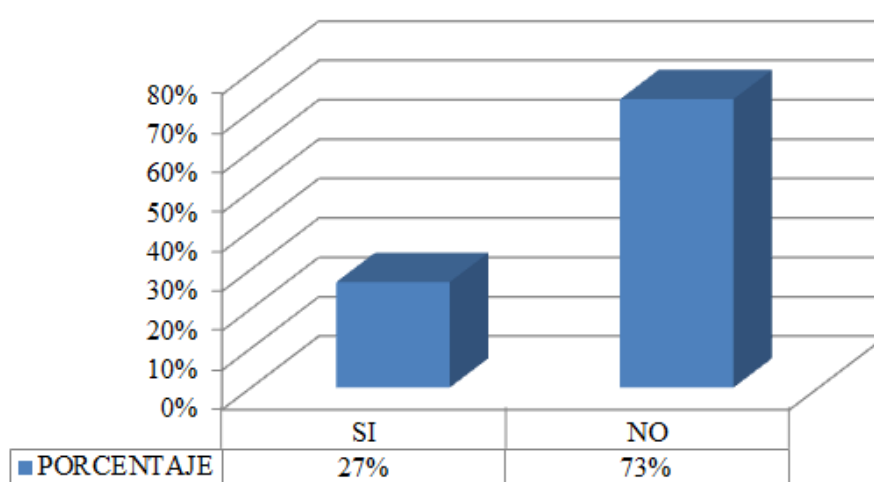
SI	15	27%
NO	41	73%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabla: 29.** Utilidad Deseada

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

## UTILIDAD DESEADA



**Gráfico: 30.** Utilidad Deseada

**Elaborada por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### Análisis

La información obtenida de la encuesta aplicada, tenemos como resultado el 27% respondieron que si obtienen una utilidad deseada, mientras que 73% indicaron que no obtienen una utilidad deseada.

### Interpretación

Con este resultado nos da a conocer que la minoría del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos, que si obtienen una utilidad deseada, mientras que la mayoría respondieron, que no obtienen una utilidad deseada, dando como resultados

bajos costos, baja calidad, y perdida de personal y en algunos casos dando como consecuencia el aumento del desempleo.

#### **4.2. Verificación de la Hipótesis**

Después de la realización de la encuesta y el análisis e interpretación de las mismas, se realiza la verificación de la hipótesis que es realizada mediante la prueba conocida como T-Student.

Según Tamayo Mario & Tamayo, (2004, pág. 32), menciona que:

*“La verificación mediante la acción, el individuo pone a prueba cada una de las hipótesis, buscando hechos observables que permitan confirmar si las consecuencias que deberían seguir se producen o no. Con este procedimiento puede determinar cuál de las hipótesis concuerda con los hechos observables, y así hallar la solución más confiable para su problema”.*

Las variables que intervienen en la hipótesis son:

- *Variable Dependiente*; Determinación del precio de venta.
- *Variable Independiente*; Control de costos de fabricación.

Siendo la siguiente hipótesis a verificar:

*“El control de los costos de fabricación afecta en la determinación del precio de venta en el sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos”.*

#### **4.3. Planteamiento de la Hipótesis**

##### **Modelo Lógico**

##### **Hipótesis Nula**

$H_0$ : El control de los costos de fabricación no afecta en la determinación del precio de venta en el sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos.

### **Hipótesis Alternativa o de Investigación**

$H_1$ : El control de los costos de fabricación si afecta en la determinación del precio de venta en el sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos.

### **Modelo Matemático**

$$\begin{array}{ll} H_0: O = E & H_1: O \neq E \\ H_0: p_1 = p_2 & H_1: p_1 \neq p_2 \end{array}$$

Según L. Diego, (2013), menciona que:

*“Es aquel que emplea algún tipo de formulismo matemático, para expresar relaciones, proposiciones sustantivas de hechos, variables, parámetros, entidades y relaciones entre variables y/o entidades u operaciones, para estudiar comportamientos de sistemas complejos ante situaciones difíciles de observar en la realidad”.*

Siendo así, la frecuencia “O” significa frecuencias Observadas, y la frecuencia “E” que significa frecuencias Esperadas.

También “P1” significa Probabilidad de aciertos de la variable independiente, “P2” significa Probabilidad de aciertos de la variable dependiente

### **Modelo Estadístico**

$$Z = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{(\hat{p} * \hat{q}) \left[ \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

#### **Dónde:**

Z= estimador “Z”

$p_1$  : Probabilidad de aciertos de la Variable Independiente

$p_2$  : Probabilidad de aciertos de la Variable Dependiente

$\hat{p}$  = Probabilidad de éxito conjunta

$\hat{q}$  = Probabilidad de fracaso conjunta (1-p)

$n_1$  = Número de casos de la Variable Independiente

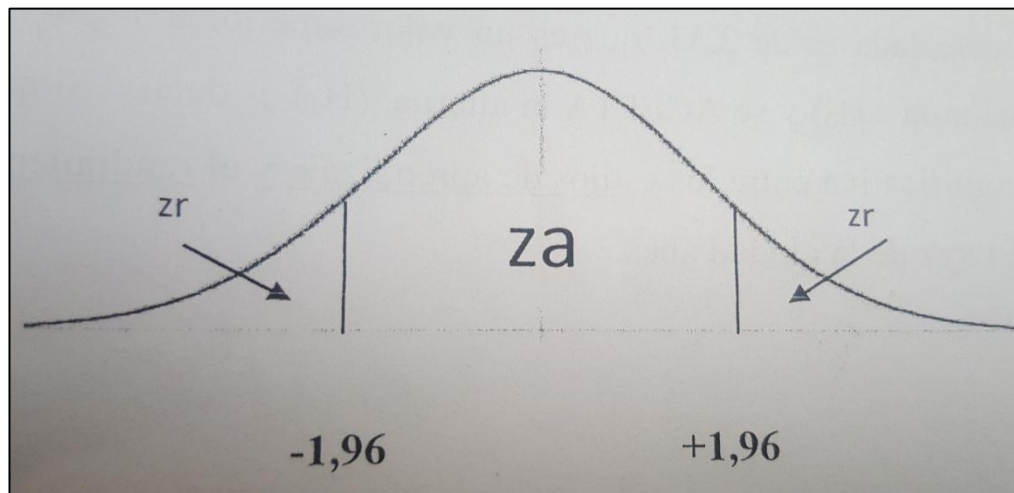
$n_2$  = Número de casos de la Variable Dependiente

### Regla de Decisión

$1 - 0,05 = 0,95$ ;  $\alpha$  de 0,05

Entonces Z al 95% y con una  $\alpha$  de 5% es igual a  $\pm 1,96$  con un ensayo bilateral.

Teniendo en cuenta el modelo con z de Student en el siguiente gráfico:



**Gráfico: 31.** Diferenciación de proposiciones Z de Student

**Fuente:** Modelo de verificación de hipótesis

**Elaborado por:** Viviana Torres (2017)

### Preguntas que comprueban la hipótesis

Se utilizan las preguntas N° 8, 14, 15, 17, 19, 20, 22, de la encuesta ya aplicada, la información obtenida será utilizada para aplicar el estimador estadístico Z de Student.

#### 8. ¿Cuentan con una persona especializada en el área contable?

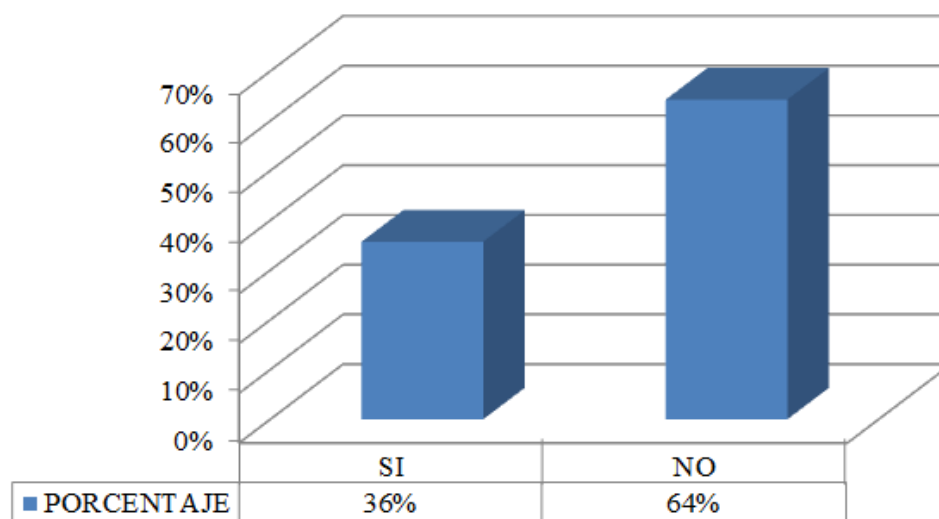
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	36%
NO	36	64%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabla: 15.** Persona especializada en área contable

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### PERSONAL CONTABLE ESPECIALIZADO



**Gráfico: 16.** Persona especializada en el área contable

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

**14. ¿Para el costo de mano de obra se considera el tiempo empleado en la fabricación?**

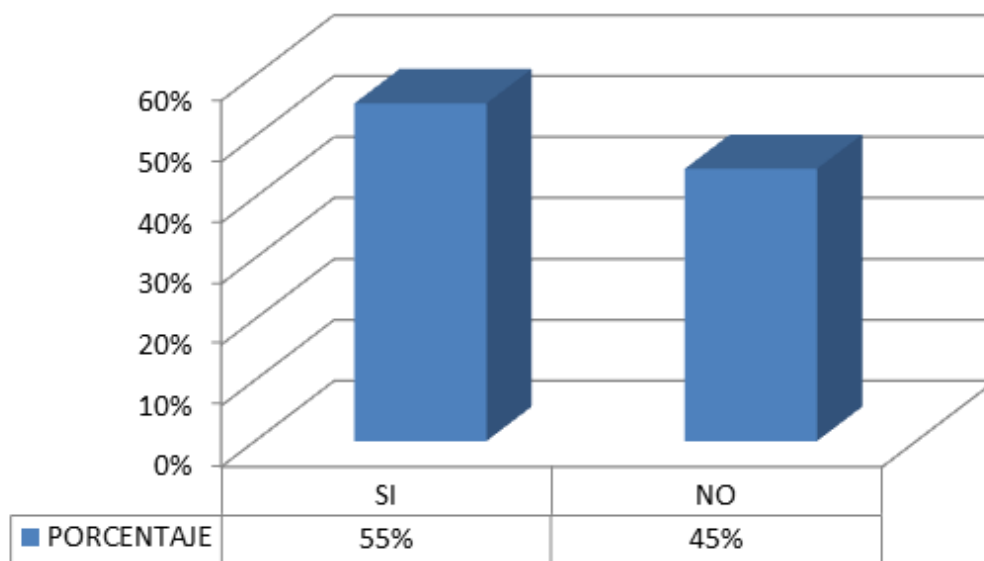
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	31	55%
NO	25	45%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabla: 21.** Tiempo empleado en la fabricación

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

## TIEMPO EMPLEADO EN LA FABRICACIÓN



**Gráfico: 22.** Tiempo empleado en la fabricación

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

15. **¿Para establecer los costos, se toma en cuenta los costos indirectos de fabricación?**

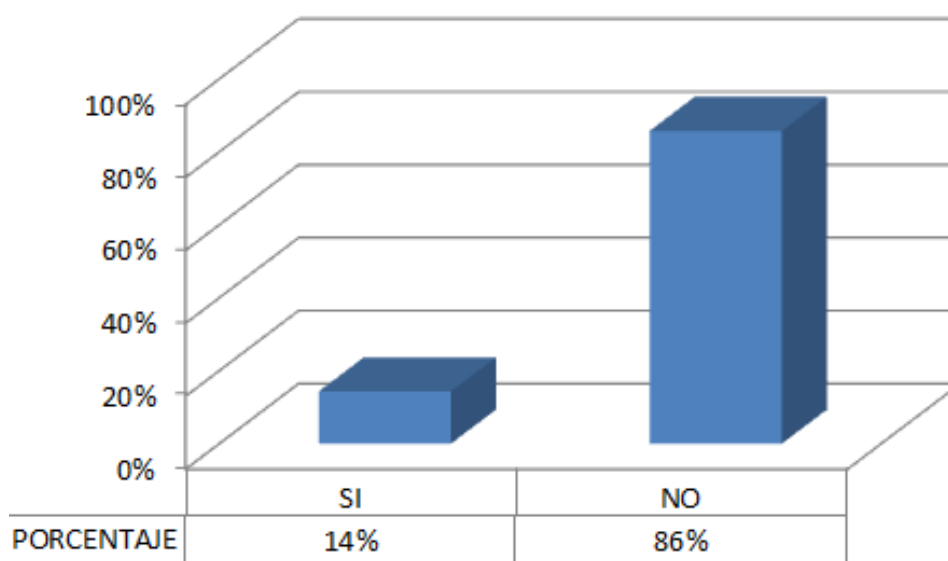
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	14%
NO	48	86%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabla: 22.** CIF para establecer Costo Total

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### CIF PARA ESTABLECER COSTOS



**Gráfico: 23.** CIF para Establecer Costo Total

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

#### 17. ¿Se fabrica el calzado por lotes?

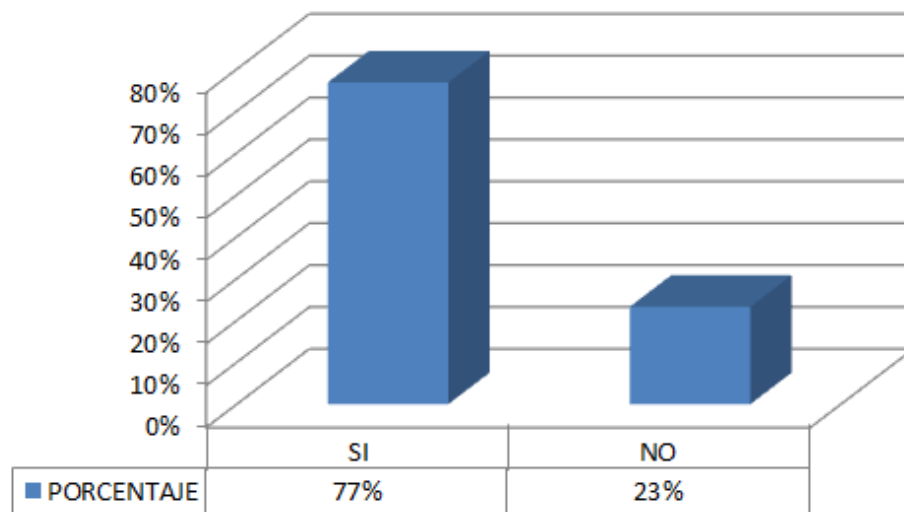
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	43	77%
NO	13	23%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabla: 24.** Fabricación por Lotes

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### FABRICACIÓN POR LOTES



**Gráfico: 25.** Fabricación por Lotes

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

#### 19. ¿Para la obtención del precio de venta utilizan método contable?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	21	38%
NO	35	63%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

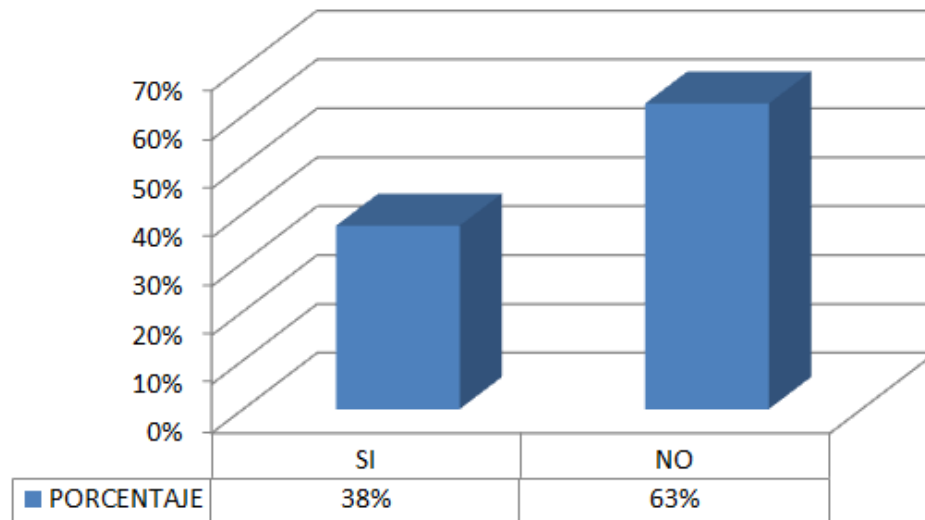
**Tabla: 26.** Método Contable utilizado

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos



### MÉTODO CONTABLE UTILIZADO



**Gráfico: 27.** Método Contable utilizado

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

**20. ¿Los precios de venta son fijados de acuerdo a la situación económica del mercado?**

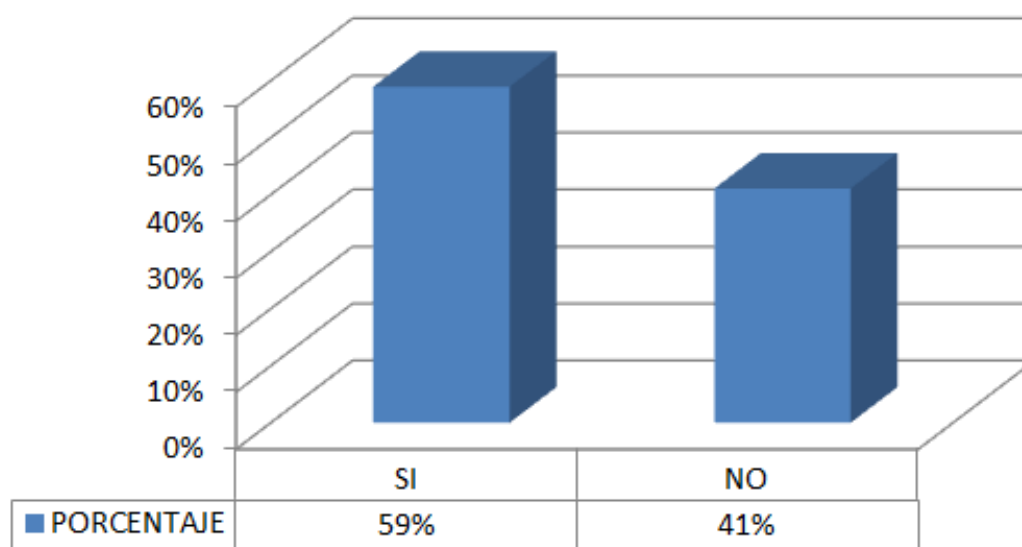
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	33	59%
NO	23	41%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabla: 27.** Precios fijados por la situación económica del mercado

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

## PRECIOS FIJADOS POR LA SITUACIÓN ECONOMICA DEL MERCADO



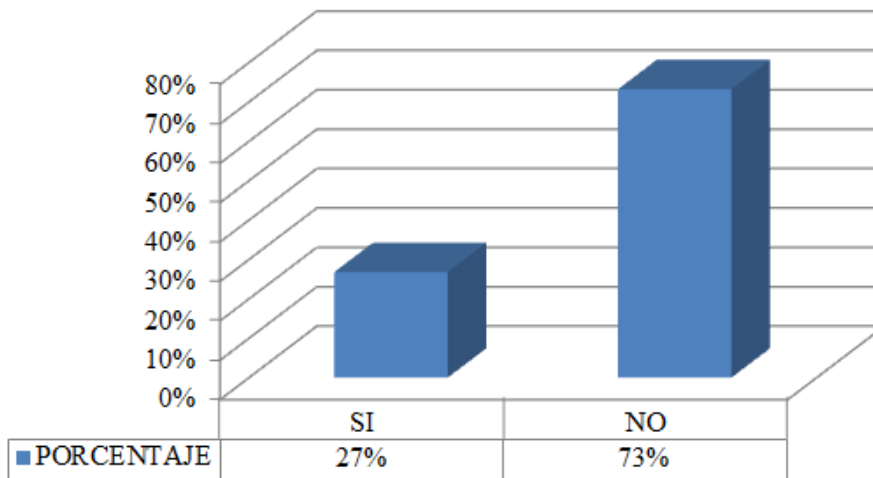
**Gráfico: 28.** Precios fijados por la situación económica del mercado  
**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)  
**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### 22. ¿La empresa obtiene la utilidad deseada?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	27%
NO	41	73%
<b>TOTAL</b>	56	<b>100%</b>

**Tabla: 29.** Utilidad Deseada  
**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)  
**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

## UTILIDAD DESEADA



**Gráfico: 30.** Utilidad Deseada

**Elaborada por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Encuesta aplicada a fabricantes de calzado del cantón Cevallos

### Diferencia de Proposiciones - Cálculo de Z

	ALTERNATIVAS	TOTAL
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	SI	112
	NO	112
	<b>TOTAL</b>	<b>224</b>
<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>	SI	59
	NO	109
	<b>TOTAL</b>	<b>168</b>

**Tabla: 30.** Diferencia de proposiciones Z

**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)

**Fuente:** Modelo de verificación de hipótesis

$$Z = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{(\hat{p} * \hat{q}) \left[ \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

$$p_1 = 112/224 = 0,5000000$$

$$p_2 = 59/168 = 0,35119048$$

$$\hat{p} = \frac{112+59}{226+168} = 0,43622449$$

$$\hat{q} = 1 - \hat{p} = 1 - 0,43622449 = 0,56377551$$

$$Z = \frac{0,5000000 - 0,35119048}{\sqrt{(0,43622449 * 0,56377551) \left[ \frac{1}{224} + \frac{1}{168} \right]}}$$

$$Z = \frac{0,14880952}{\sqrt{(0,24593268) \left[ \frac{1}{224} + \frac{1}{168} \right]}}$$

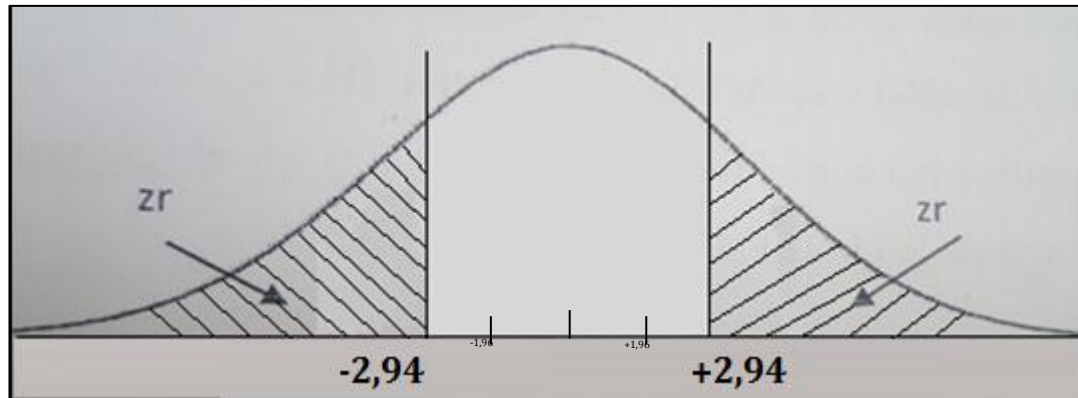
$$Z = \frac{0,14880952}{\sqrt{(0,24593268) [0,00446429 + 0,00595238]}}$$

$$Z = \frac{0,14880952}{\sqrt{(0,24593268) [0,0104167]}}$$

$$Z = \frac{0,14880952}{\sqrt{0,00256180}}$$

$$Z = \frac{0,14880952}{0,0506142}$$

$$Z = 2,94$$



**Gráfico: 32.** Estimado Z-Student  
**Elaborado por:** Viviana Torres (2016)  
**Fuente:** modelo de verificación de hipótesis

Como el valor Z calculada es de 2,94, que es un valor superior a z de la tabla  $\pm 1,96$ , se rechaza la hipótesis nula  $H_0$ : y se acepta la alternativa  $H_1$ : es decir, “El control de los costos de fabricación **si** afecta en la determinación del precio de venta en el sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos”.

## CAPÍTULO V

### RESULTADOS

#### 5. Limitaciones del Estudio

Esta presente investigación fue realizada en el sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos, misma que no han existido limitaciones para este estudio por el contrario se contó con el apoyo, predisposición y factibilidad de las diferentes fábricas y empresas, quienes ven la necesidad de contar con información contable necesaria tanto para la producción como para la determinación de un mejor precio de venta.

#### 5.1. Conclusiones y Recomendaciones

Al terminar el trabajo investigativo, se ha determinado las siguientes conclusiones y recomendaciones las cuales van a colaborar con el Sector Manufacturero de Calzado, mejorando los estándares de calidad, como en cada proceso de fabricación.

##### 5.1.1. Conclusiones

Posteriormente de haber realizado un análisis se ha determinado las siguientes conclusiones:

- En el sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos cuentan con el 56,38% que no aplican correctamente el control de los costos de fabricación que influye en la determinación del precio de venta.

<b>Total de Respuestas</b>	<b>392</b>	<b>100%</b>
<b>Aplicación Incorrecta</b>	221	56,38%

**Tabla 31.** Aplicación de Información

**Fuente:** Encuesta aplicada a productores de calzado del cantón Cevallos

**Elaborado por:** Viviana Torres (2017)

- En el sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos la mayoría de fabricantes llevan un cálculo contable tradicional más conocido como partida doble, basados en la práctica de generación en generación. Mismo que no es 100% confiable o exacto teniendo como resultado costos incorrectos.

- El 56,38% del sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos no tiene un adecuado modelo para la determinación de precio de venta, ya que lo hacen basados en un cálculo tradicional.
- La incorrecta determinación de los costos de fabricación en el sector manufacturero de calzado del Cantón Cevallos afecta significativamente a la mayoría de fabricantes al momento de fijar el precio de venta, al no existir un control al momento de distribuir tanto procesos como recursos que se emplean en la producción, fabricación del calzado.
- El 56,38% del sector manufacturero de calzado no cuenta con un modelo contable acorde al sistema de fabricación que llevan, provocando un ineficiente control de los costos de fabricación e inadecuado determinación del precio de venta.
- Basados en la información recopilada en la investigación de campo, por medio de la diferenciación de proposiciones con Z y la comprobación estadística podemos demostrar que el control de los costos de fabricación si han influido en la determinación del precio de venta.
- No identifican adecuadamente los costos que influyen indirectamente en los procesos de fabricación, y al no contar con documentos contables y de control en donde estén reflejados la utilización de los elementos del costo en el proceso de fabricación, dificulta el conocimiento exacto en los valores utilizados.

### **5.1.2. Recomendaciones**

- Tanto para los productores, fabricantes, asociaciones de calzado es beneficioso que opten por un modelo contable adecuado, para determinar los costos de producción, fabricación, los mismos que intervendrán en la recolección del producto final eficientemente.

- Los fabricantes de calzado deberán realizar un análisis de rentabilidad, que ayudara a verificar la situación económica y financiera, a fin de encontrar herramientas que permitan mejorar la producción/fabricación del calzado.
- Es necesario implementar un modelo contable, modelo que se encarga de determinar costos de manera que, cada uno de los procesos que intervienen en las diferentes áreas de fabricación, tendrán mayor crecimiento y una información exacta que facilitara el control, producción y elaboración del producto.
- Se debe mantener los inventarios controlados, ya que de esta manera los vendedores pueden ofrecer el calzado que se encuentran en stock, por lo tanto no se retrasaría la fabricación del calzado.
- Se recomienda la utilización permanente de los documentos contables para conocer los costos y gastos que incurren en cada proceso de fabricación, con la finalidad de tomar decisiones correctas y oportunas.
- Implementar un modelo de control de costos, para garantizar los costos de fabricación reales y efectivos en cada proceso de fabricación.

## **5.2. Modelos que aplican para el control de los costos de fabricación y la determinación del precio de venta**

### **5.2.1. Modelo que aplican para el control de los costos de fabricación.**

Mediante la investigación de campo se ha determinado el modelo que aplica el 56,38% del sector manufacturero de calzado, modelo inadecuado para el control de costos, costos que influyen al momento de determinar el precio de venta.



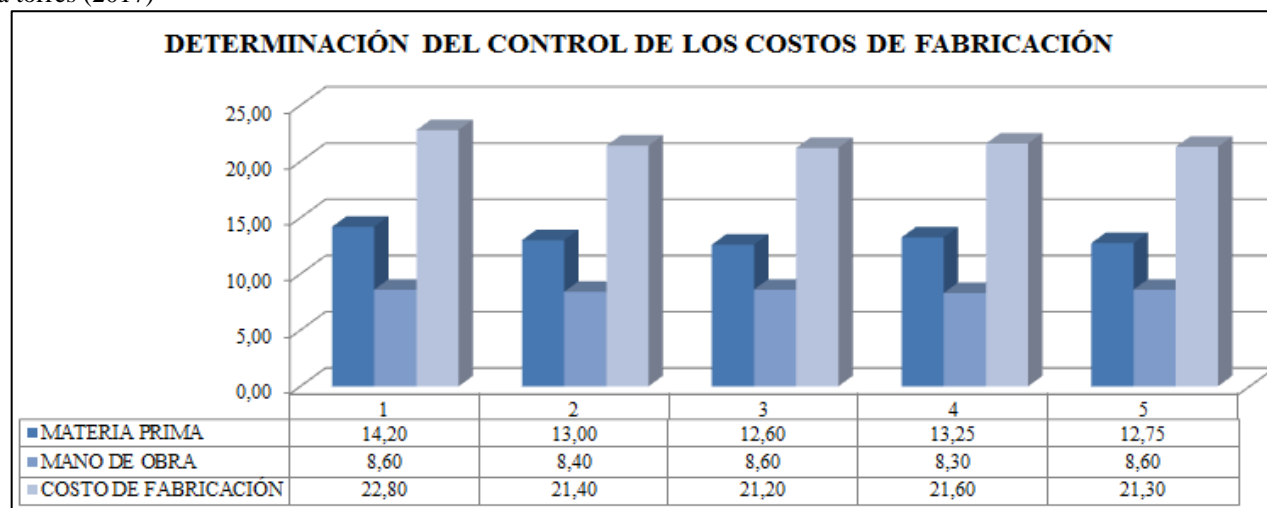
Determinación del modelo que aplican para el control de los costos de fabricación:

N°	CUERO	VALOR	FORRO	VALOR	PLAN TIL.	VALOR	MATERIA PRIMA	VALOR HORA	CORTE	MONTADO	ARMADO	PEGADO	PIGMENTADO	TERMINADO	EMPAQUE	ALMACENAMIENTO	MANO DE OBRA	COSTO DE FABRICACIÓN
ARTICULO 1	4,5	1,5	0,85	2,85	1	3,5	\$ 14,20	1,5	0,5	0,8	1,25	1	1,5	0,55	1	0,5	8,6	22,80
ARTICULO 2	3,3	1,5	0,85	2,85	1	3,5	\$ 13,00	1,5	0,5	0,8	1,25	1	1,25	0,55	1	0,5	8,4	21,35
ARTICULO 3	3,2	1,5	0,85	2,85	1	3,2	\$ 12,60	1,5	0,5	0,8	1,25	1	1,5	0,55	1	0,5	8,6	21,20
ARTICULO 4	4,0	1,5	0,7	2,85	1	3,2	\$ 13,25	1,5	0,5	0,8	1,25	1	1,25	0,5	1	0,5	8,3	21,55
ARTICULO 5	3,0	1,5	0,6	2,85	1	3,8	\$ 12,75	1,5	0,5	0,8	1,25	1	1,5	0,5	1	0,5	8,6	21,30

**Gráfico: 33.** Modelo que aplican para Determinación de Costos de Fabricación

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Viviana torres (2017)



**Gráfico: 34.** Modelo que aplican para Determinación de Costos de Fabricación

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Viviana torres (2017)

Como podemos ver la mayor parte del sector manufacturero de calzado del cantón Cevallos, obtiene el costo de fabricación o el costo total mediante la suma de la materia prima y mano de obra, pero esto no es lo adecuado debido a que el costo de fabricación se lo obtiene con la aplicación de los tres elementos, “materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación”; siendo este último elemento, el más importante, ya que son los costos que intervienen en el proceso de la elaboración y en ciertas ocasiones igualan valores como las depreciaciones, pago de servicios básicos, accidentes, entre otros

### 5.2.2. Modelos que aplican para la determinación del precio de venta

Mediante la investigación de campo se ha determinado el modelo que aplica el 56,38% del sector manufacturero de calzado, modelo inadecuado para la determinar el precio de venta.

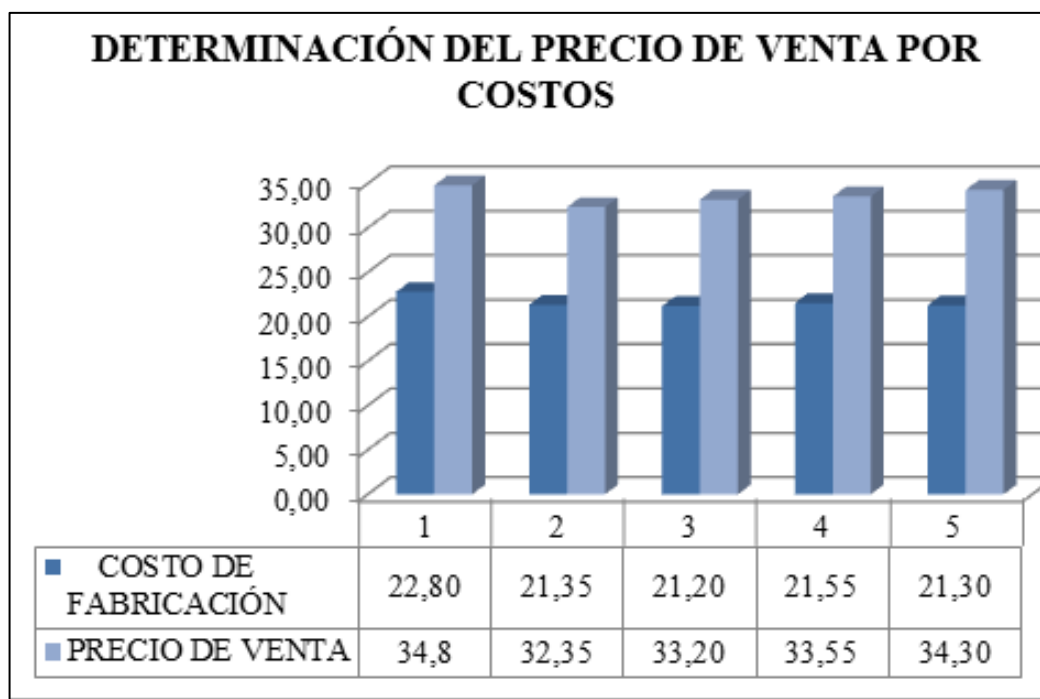
#### Determinación del precio de venta por costos

N°	Costo de fabricación	Costo de arriendo	Horas extra en venta	Accesorios	Diseño	Precio de Venta
<b>ART. 1</b>	22,80	3	2	3	4	34,80
<b>ART. 2</b>	21,35	3	2	3	3	32,35
<b>ART. 3</b>	21,20	3	2	3	4	33,20
<b>ART. 4</b>	21,55	3	2	3	4	33,55
<b>ART. 5</b>	21,30	3	2	3	5	34,30

**Tabla: 32 .** Determinación del Precio de Ventas por Costos

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Viviana torres (2017)



**Gráfico: 35.** Determinación del Precio de Ventas por Costos

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Viviana torres (2017)

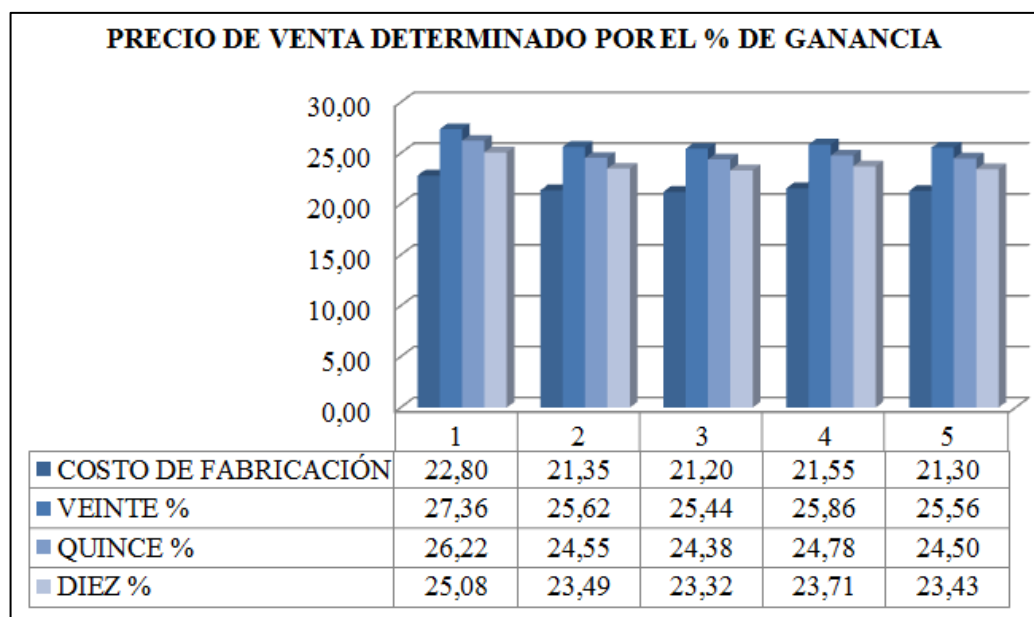
#### Determinación del precio de venta por el porcentaje de ganancias

N°	COSTO DE FABRICACIÓN	PORCENTAJE DE GANANCIA			PRECIO DE VENTA		
		20%	15%	10%	20%	15%	10%
<b>ART.1</b>	22,80	4,56	3,42	2,28	27,36	26,22	25,08
<b>ART.2</b>	21,35	4,27	3,20	2,14	25,62	24,55	23,49
<b>ART.3</b>	21,20	4,24	3,18	2,12	25,44	24,38	23,32
<b>ART.4</b>	21,55	4,31	3,23	2,16	25,86	24,78	23,71
<b>ART.5</b>	21,30	4,26	3,20	2,13	25,56	24,50	23,43

**Tabla: 33 .** Determinación del Precio de Ventas por % de Ganancias

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Viviana torres (2017)



**Gráfico: 36.** Determinación del Precio de Ventas por el % de Ganancia

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Viviana torres (2017)

Como podemos ver el Sector Manufacturero de Calzado del Cantón Cevallos, determinan el precio de venta de dos maneras por el precio de costos y por el porcentaje de ganancias que son fijados o determinados acorde a las necesidades de cada fabricante. Los precios varían de acuerdo a la calidad, diseño, conocimiento del producto, además que existen variaciones a la hora de la venta. El precio de venta es el valor que se lo coloca de manera contable, exacta y real o de manera que cumpla o cubra las necesidades del mercado.

### 5.3. Modelo sugerido para la Determinación de Costos

Realizado el trabajo investigativo, y la recolección de datos, se surgiere un modelo para controlar y determinar los costos.

Este modelo sugerido permitirá manejar eficientemente cada costo tanto maquina como hombre es invertido en el proceso de fabricación/producción de calzado, el modelo para la determinación de costos es una herramienta para ejecutarla al momento de iniciar la fabricación, además de servir como guía para que el personal desarrolle sus actividades productivas, diarias y contribuyan al cumplimiento de metas y objetivos.

Llevando a cabo una situación económicamente objetiva, que proyecte un resultado de sus operaciones de manera real y exacta para tomar decisiones oportunas y asertivas.

**Modelo sugerido para la determinación de costos**

Productos _____									Fecha de Terminó _____			
Fecha Inicio _____												
Material _____												
Tipo de Procedimientos	Horas Hombre	Horas Máquina	Energía	Reprocesos	Desperdicios	Accidentes	Errores	Falla del Personal	Materiales	Mantenimiento	Parada de Máquina	Tiempo invertido en cada estado de trabajo

**Gráfico: 37** . Modelo sugerido para la determinación de costos

**Fuente:** Análisis de costos

**Elaborado por:** Viviana Torres (2017)

## ANEXOS

### Anexo 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

## PROYECTO DE INVESTIGACIÓN APLICADO A SECTORES

### ENCUESTA N° 1

**Objetivo:** conocer cómo se determina el precio de venta y la fabricación de calzado.

**Instrucciones:** las preguntas realizadas son de tipo cerradas e indique la respuesta que usted crea conveniente.

**Nombre Local:**.....

**Fecha:**.....

1. ¿De los siguientes aspectos cual considera que es más importante para el cliente?

PRECIO	
CALIDAD	
DISEÑO	
SERVICIO	
TODO LO ANTERIOR	

2. ¿Qué tipo de materia prima principal se utiliza en la elaboración del calzado?

CUERO	
SINTETICO	
MIXTO	

3. ¿Cuál es el tipo de procedencia de la materia prima principal utilizada para la elaboración del calzado?

NACIONAL	
INTERNACIONAL	
MIXTO	

4. ¿Existe un registro de la materia prima e insumos?

SI	
NO	

5. ¿Se realiza constatación física de la materia prima?

SI	
NO	

6. ¿Se realiza controles de manejo de inventarios?

SI	
NO	

7. ¿Existe un registro diario de ventas?

SI	
NO	

8. ¿Cuentan con una persona especializada en el área contable?

SI	
NO	

9. ¿Cuentan con un asesor técnico para la elaboración del calzado?

SI	
NO	

10. ¿Existen documentos de control en las diferentes áreas de producción?

SI	
NO	

11. ¿Existe control de los suministros o desperdicios del material utilizado en la fabricación del calzado?

SI	
NO	

12. ¿Existe un registro de mano de obra utilizada en la producción?

SI	
NO	

13. ¿Cada ejecución de trabajo es registrado por medio de una tarjeta de tiempo?

SI	
NO	

14. ¿Para el costo de mano de obra se considera el tiempo empleado en la fabricación?

SI	
NO	

15. ¿Para establecer los costos se toma en cuenta los costos indirectos de fabricación?

SI	
NO	

16. ¿Se realiza todo el proceso de fabricación de calzado en el mismo lugar?

SI	
NO	

17. ¿Se fabrica el calzado por lotes?

SI	
NO	

18. ¿Se fabrica el calzado por pedidos?

SI	
NO	

19. ¿Para la obtención del precio de venta utilizan métodos contables?

SI	
NO	



20. ¿Los precios de venta son fijados de acuerdo a la situación económica del mercado?

SI	
NO	

21. ¿Considera que los precios del calzado son competitivos en el mercado?

SI	
NO	

22. ¿La empresa obtiene la utilidad deseada?

SI	
NO	

## Anexo 2



**Gráfico: 38.** Tríptico ,1 publicidad

**Fuente:** Calzafince Asociación de Productores de Calzado y Afines.



**Gráfico: 39.** Tríptico, 2 publicidad

**Fuente:** Calzafince Asociación de Productores de Calzado y Afines.



**Gráfico: 40.** Productores de Calzado

**Fuente:** Investigación de Campo

## REFERENCIA BIBLIOGRÁFIA

- Arcos Sandoval, E. J. (2015). "Análisis de la competitividad y tecnificación de la industria del calzado en el Ecuador". Quito: Universidad San Francisco de Quito.
- Arróliga, J. (14 de Marzo de 2000). Academia. Obtenido de Academia: UNIDAD II CONTROL Y CONTABILIZACIÓN DE LOS MATERIALES: [https://www.academia.edu/11591361/UNIDAD\\_II\\_CONTROL\\_Y\\_CONTABILIZACION\\_DE\\_LOS\\_MATERIALES](https://www.academia.edu/11591361/UNIDAD_II_CONTROL_Y_CONTABILIZACION_DE_LOS_MATERIALES)
- Basagoti, Á. (2006). Uncomo. Obtenido de Uncomo: <https://negocios.uncomo.com/articulo/como-hacer-un-analisis-de-resultados-28214.html>
- Benites Castro, C. V., & Cháves Garcia, T. L. (2014). "El sistema de costos ABC y su incidencia en la rentabilidad de la empresa de calzado RIP LAND S.A.C". Trujillo: Universidad Privada Anterior Orrego.
- Bustamante Vásquez, R. (02 de Febrero de 2006). Material para asignatura de Costo I. N.N, N.N.
- Cando Chucaralao, M. I., & Pallo Laica, R. M. (2015). Implementación de un sistema de contabilidad de costos por órdenes de producción en la empresa de calzado César Vaca, ubicada en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi. Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Carangui Illescas, E. E., & Macancela Pillajo, J. N. (2013). "Diseño de un Manual de Procedimientos Contable y Presentación de Estados Financieros basados en Costos ABC y las NIIF/NIC para PYMES en la Empresa "Sherinas Cárdenas Factory" en el Cantón Gualaceo". Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana SEDE Cuenca.
- Carranza Barron, A. (3 de Diciembre de 2014). Prezi. Obtenido de Prezi: Definición, naturaleza, importancia y Tipos de control: [https://prezi.com/pc3ifj\\_-5upg/definicion-naturaleza-importancia-y-tipos-de-control/](https://prezi.com/pc3ifj_-5upg/definicion-naturaleza-importancia-y-tipos-de-control/)

- Castillo Ochoa, J., Gallegos Lara, G., Salas Ortiz, L., Urrutia Barqueiro, F., B. A., & Gonzáles Islas, L. M. (28 de Mayo de 2014). Prezi. Obtenido de Prezi-comercialización del producto: <https://prezi.com/lg-ehdfdizvu/comercializacion-del-producto/>
- Chabla Quinabanda, L. K., & López Parrales, C. G. (2015). “Metodología para la determinación de los costos de producción en la industria avícola de GAPV S.A. del Cantón Santa Lucía provincia del Guayas”. Santa Lucía: Universidad Laica Vicente Rocafuerte De Guayaquil.
- Chicaiza, M. (25 de Marzo de 2015). Prezi. Obtenido de Paradigma Crítico Propositivo: <https://prezi.com/6mu3d8gdjev/w/paradigma-critico-propositivo/>
- Costos, I. (015 de Junio de 2010). Costos de Operación. N.N, N.N.
- Cuéllar M., G. A. (2000). Universidad del Cauca. Obtenido de Universidad del Cauca-Academia-FCCEA: <http://fccea.unicauca.edu.co/old/procesamiento.htm>
- Cuevas Villegas, C. F. (2001). Contabilidad de Costos. Bogota, Colombia: Pearson Educacion de Colobia LTDA.
- De la Colina, J. M. (15 de Septiembre de 2005). Gestipolis. Obtenido de Gestipolis-analisis de las industrias y del acompetencia: <http://www.gestipolis.com/analisis-industrias-competencia/>
- Definicion , A. (2007). Definicion ABC. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/?s=Medida>
- Díaz Martell, M. (09 de Junio de 2006). Mailxmail. Obtenido de Mailxmail: costos indirectos de fabricación: <http://www.mailxmail.com/curso-acumulacion-costos/costos-indirectos-fabricacion>
- Díez de Castro, E. C., & Diaz Rosa, I. M. (2008). Gestion de precios (Quinta ed.). Madrid: ESIC.

- Dussan Pulecio, C. (2012). Apuntes del profe K. Dussan. Obtenido de Apuntes del profe K. Dussan- Analisis Financiero: <http://kdussananalisis.blogspot.com/2011/12/que-es-el-analisis-horizontal.html>
- Ecuamex. (11 de Noviembre de 2016). Ecuadorinmediato.com. Obtenido de Ecuadorinmediato.com: [http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=132341](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=132341)
- EL COMERCIO. (30 de Junio de 2011). EL COMERCIO. Obtenido de EL COMERCIO: <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/industria-del-calzado-crece-proteccion.html>
- El Tiempo. (28 de 03 de 2016). eltiempo.com.ec. Recuperado el 11 de 11 de 2016, de eltiempo.com.ec: <http://www.eltiempo.com.ec/noticias/ecuador/4/371033/la-industria-del-calzado-destaca-por-su-crecimiento>
- Escuela Virtual de Negocios. (27 de Agosto de 2014). Slideshare. Obtenido de Slideshare-Estudio de mercado: <http://es.slideshare.net/cmmc1957/estudio-del-mercado-6508256>
- Fernández, J. C. (25 de Enero de 2009). SlideShare. Obtenido de SlideShare: sistema de control de costos: <http://es.slideshare.net/jcfdezmx2/control-de-costos-presentation>
- Fernando. (29 de Octubre de 2010). Consumoteca. Obtenido de Consumoteca-precio por unidad de medida: <http://www.consumoteca.com/economia-familiar/economia-y-finanzas/precio-por-unidad-de-medida/>
- Fred R., D. (2003). Conceptos de administración estratégica (Novena ed.). Mexico: Pearson Prentice Hall.
- García Colín, J. (2001). Contabilidad de Costos. Mexico: Mc Graw-Hill Interamericana.

- Garcia Reto, J. (05 de Febrero de 2012). Docx-google. Obtenido de SELECCIÓN DEL METODO DE FIJACION DE PRECIOS docx.: [https://docs.google.com/document/d/1zDapRQ\\_GjSo4yw94kP2FcvGvoEdBPnYm97L45npvUNk/edit](https://docs.google.com/document/d/1zDapRQ_GjSo4yw94kP2FcvGvoEdBPnYm97L45npvUNk/edit)
- Gerencie. (14 de Junio de 2005). Gerencie.com. Obtenido de Gerencie.com-analisis vertical: <http://www.gerencie.com/analisis-vertical.html>
- Gil, R. (8 de Febrero de 2014). Slideshare. Obtenido de Slideshare-Métodos de la investigacion cualitativa: <http://es.slideshare.net/roxanagill/mtodos-de-la-investigacin-cualitativa>
- Gomez , M. M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Argentina: Editorial Brujas Argentina.
- Gómez, G. (11 de Abril de 2001). Gestipolis. Obtenido de Gestipolis Contabilidad de costos: conceptos, importancia y clasificación: <http://www.gestipolis.com/contabilidad-de-costos/>
- Gómez, G. (11 de Agosto de 2001). Gestipolis. Obtenido de Gestipolis-Análisis vertical y horizontal de los estados financieros: <http://www.gestipolis.com/analisis-vertical-y-horizontal-de-los-estados-financieros/>
- Gonzáles Garcia, C., & Serpa Cruz, H. (12 de Septiembre de 2008). Gerencia.com. Obtenido de Gerencia.com-Generalidades de la contabilidad y sistemas de costos: <http://www.gerencie.com/generalidades-de-la-contabilidad-y-sistemas-de-costos.html>
- Gonzales, I. (01 de Agosto de 2003). Gestipolis. Obtenido de Gestipolis-Clasificación de los métodos de análisis financiero: <http://www.gestipolis.com/clasificacion-de-los-metodos-de-analisis-financiero/>

- González, I. (12 de Junio de 2010). Gerencie.com. Obtenido de Gerencie.com- Clasificación de los métodos de análisis financiero: <http://www.gerencie.com/clasificacion-de-los-metodos-de-analisis-financiero.html>
- Grasset, G. (00 de Julio de 2015). Lokad. Obtenido de Lokad- fijacion de precios bsados en competencia: <https://www.lokad.com/es/definicion-de-fijacion-de-precios-basados-en-la-competencia>
- Graterol, R. (15 de Diciembre de 2009). Campus Virtual. Obtenido de Maestria en Políticas Públicas: <http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/metoprot/10.pdf>
- Guaraca Lituma, E. E. (2015). "Diseño de un sistema de costos por procesos de producción, el sector de la zapatería del Cantón Gualaceo". Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Guerrero Garzón, P. P. (21 de Junio de 2011). Universidad Nacional de Colombia. Obtenido de METODOLOGÍA PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE REPUESTOS EN UNA: <http://www.bdigital.unal.edu.co/4311/1/822038.2011.pdf>
- Hargadon JR, B. J., & Munera Cardenas, A. (1974). Contabilidad de Costos. Colombia: Norna.
- Hernandez Blazquez, B. (2001). Técnicas estadísticas de investigación social. Madrid: Diaz de Santos.
- Hernandez Díaz, A. F., Gutierrez , F., & Quesada, M. D. (28 de Abril de 2012). Academia. Obtenido de Academia-Descripción y contextualización del concepto de fijación de precios: [https://www.academia.edu/6978195/DESCRIPCION\\_Y\\_CONTEXTUALIZACION\\_DEL\\_CONCEPTO\\_DE\\_FIJACION\\_DE\\_PRECIOS\\_BASADO\\_EN\\_COSTOS\\_PLUS](https://www.academia.edu/6978195/DESCRIPCION_Y_CONTEXTUALIZACION_DEL_CONCEPTO_DE_FIJACION_DE_PRECIOS_BASADO_EN_COSTOS_PLUS)

- Hernández Rubio, C. (00 de N.N de 2005). Expasnión. Obtenido de Expasnión:  
<http://www.expansion.com/diccionario-economico/indices-de-precios.html>
- Horngren, C. T., Harrison Jr., W. T., & Smith Bamber, L. (2003). Contabilidad.  
 Mexico: Person Educación.
- Hostgator. (28 de Diciembre de 2001). Editorial Ox. Obtenido de  
<http://www.editorialox.com/tungurahua.htm>
- I., E. (7 de Novimebre de 2007). Slideshare. Obtenido de Slideshare-:  
<http://es.slideshare.net/infoedu2006/procesamiento-de-informacin>
- Ideboen, A. (2014). eHow. Obtenido de eHow-materiales que se usan oara fabricar  
 zpatos: [http://www.ehowenespanol.com/materiales-fabricar-zapatos-lista\\_464068/](http://www.ehowenespanol.com/materiales-fabricar-zapatos-lista_464068/)
- Jácome Garcia, W. A. (2012). Estrategias de fijación de precios y su incidencia en  
 las empresas de calzado el Trébol. Loja: Universidad Técnica Particular de  
 Loja.
- Jiménez Peña, G. (01 de Julio de 2010). Academia.edu. Obtenido de Academia.edu-  
 Ética en proveedores, acreedores y distribuidores: hacia una metodología de  
 medición de responsabilidad social corporativa (rsc):  
[https://www.academia.edu/1813382/%C3%89TICA\\_EN\\_PROVEEDORES\\_ACREEDORES\\_Y\\_DISTRIBUIDORES\\_HACIA\\_UNA\\_METODOLOG%3%8DA\\_DE\\_MEDICI%C3%93N\\_DE\\_RESPONSABILIDAD\\_SOCIAL\\_CORPORATIVA\\_RSC\\_](https://www.academia.edu/1813382/%C3%89TICA_EN_PROVEEDORES_ACREEDORES_Y_DISTRIBUIDORES_HACIA_UNA_METODOLOG%3%8DA_DE_MEDICI%C3%93N_DE_RESPONSABILIDAD_SOCIAL_CORPORATIVA_RSC_)
- KOTLER. (20 de Marzo de 2012). Precios: metodos de fijacion de precios. Obtenido  
 de [http://www.eco.unlpam.edu.ar/objetos/materias/contador-publico/5-ano/produccion-y-comercializacion/aportes-teoricos/PRECIO\\_Modo\\_de\\_compatibilidad.pdf](http://www.eco.unlpam.edu.ar/objetos/materias/contador-publico/5-ano/produccion-y-comercializacion/aportes-teoricos/PRECIO_Modo_de_compatibilidad.pdf)



- La Hora. (13 de Diciembre de 2012). La Hora Nacional. Obtenido de La Hora Nacional: [http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101436812/-1/Fortalecen\\_\\_asociatividad\\_\\_en\\_calzado.html](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101436812/-1/Fortalecen__asociatividad__en_calzado.html)
- La Hora. (6 de Junio de 2013). La Hora Nacional. Obtenido de La hora Nacional: [http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101517340/-1/La\\_industria\\_del\\_calzado\\_renace\\_en\\_el\\_Ecuador,\\_tras\\_crisis\\_de\\_2008.html](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101517340/-1/La_industria_del_calzado_renace_en_el_Ecuador,_tras_crisis_de_2008.html)
- La Hora. (4 de Enero de 2016). La Hora Nacional. Obtenido de La Hora Nacional: [http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101901186/-1/Tungurahua\\_cuenta\\_con\\_\\_un\\_laboratorio\\_de\\_calzado.html](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101901186/-1/Tungurahua_cuenta_con__un_laboratorio_de_calzado.html)
- Landeros, D. (18 de Abril de 2013). Scrib. Obtenido de Scrib.-Modelo Matemático: <https://es.scribd.com/doc/55846044/modelos-matematicos>
- Lara Martinez , O. R. (31 de Julio de 2015). Getiopolis. Obtenido de Getiopolis-Clasificación de los sistemas de registros de mercancías: <http://www.gestiopolis.com/clasificacion-de-los-sistemas-de-registros-de-mercancias/>
- Lavolpe, A. (08 de Julio de 2003). Los sistemas de costos y la contabilidad de gestión: pasado, presente y futuro. Buenos Aires, Argentina, Argentina.
- Líderes. (22 de Octubre de 2012). Revista Líderes. Obtenido de Líderes: <http://www.revistalideres.ec/lideres/produccion-calzado-pisa-fuerte-pais.html>
- Lorenzana, A., & Garzan Barrera, A. R. (6 de Octubre de 2011). SlideShare. Obtenido de SlideShare: investigación costos de fabricación: <http://es.slideshare.net/rgarza79/costo-indirecto-de-fabricacin-ronny-garza>
- Lorenzana, A., & Solórzano Urugutia, C. S. (2011 de Octubre de 2011). SlideShare. Obtenido de SlideShare: investigacion costos de fabricación: <http://es.slideshare.net/curugutia/costos-de-fabricacion-9585297>

- Malhotra , N. K. (2004). Investigación de mercados un enfoque aplicado. Mexico: Pearson Educacion.
- Manual, U. (01 de Julio de 2011). Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestrías y Tesis Doctorales. Obtenido de Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestrías y Tesis Doctorales.: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/07/investigacion-de-campo-manual-upel.html>
- Marketing, B. (20 de Enero de 2014). Marketing Branding. Obtenido de Marketing Branding: <http://www.marketing-branding.cl/2014/01/20/marketing-estrategico-vs-marketing-operativo/>
- Martín Alvira, F. (2011). Cuadernos Metodológicos- La encuesta: una perspectiva general metodológica (Segunda ed.). Madrid: Consejo Editorial de la Colección Cuadernos Metodológicos.
- Martínez Llana, M. (14 de Abril de 2012). Rebelion. Obtenido de Valor y precio : <http://www.rebelion.org/docs/148273.pdf>
- Martinez Quintero, M. J. (28 de Marzo de 2014). Prezi. Obtenido de Prezi-estudio de mercado: <https://prezi.com/1gwsndt3b8lz/estudio-de-mercado-proveedor-distribuidor-consumidor/>
- Mas Ruiz, F. J. (2010). Temas de investigación comercial (Quinta ed.). Alicante: Imprenta Gamma.
- Mejían C., C. A. (10 de Abril de 2007). Documentos Planning. Obtenido de Documentos planning-Métodos para la determinacion del precio: [http://www.planning.com.co/bd/mercadeo\\_eficaz/Agosto2005.pdf](http://www.planning.com.co/bd/mercadeo_eficaz/Agosto2005.pdf)
- Millán Puentes, A. (2001). Fundamentos de Filosofía (Decimocuarta ed.). Madrid, España: Ediciones RIALP, S.A.
- Molina Calvache, A. (2002). Contabilidad de Costos. Mexico: Improtec.

- Mujica, A., Galíndez, C., Pérez, M., De la Rosa, Y., Carabalí, A., & Jiménez, Y. (10 de Junio de 2008). Gestipolis. Obtenido de Gestipolis: Administración de inventarios: <http://www.gestipolis.com/administracion-inventarios/>
- Mujica, R. (08 de Marzo de 2105). Scribd. Obtenido de Scribd.- Qué es la Epistemología: <https://es.scribd.com/doc/258036068/Que-es-la-Epistemologia>
- Muñiz González, R. (00 de N.N de 2010). CEF. Obtenido de CEF-Marketing XXI: <http://www.marketing-xxi.com/algunos-modelos-de-determinacion-de-precios-50.htm>
- Muñiz, R. (2016). FMK foromarketing.com. Obtenido de FMK foromarketing.com- Marketing estrategico, Marketing operativo: <http://www.foromarketing.com/que-es-marketing-operativo-vs-estrategico/>
- Muñoz , A. (27 de Abril de 2011). Slideshare. Obtenido de Slideshare- Los intermediarios: <http://es.slideshare.net/1065596197ana/los-intermediarios>
- Navarro, L. A. (07 de Junio de 2010). UPOLI Universidad Politécnica de Nicaragua Sede Estelí. Obtenido de II Unidad: control y registro de los elementos del costo: <https://jalfaroman.files.wordpress.com/2010/05/control-y-registro-de-los-materiales1.pdf>
- NS1, A. (13 de Junio de 2013). Mytriplea. Obtenido de Mytriplea-Acreedor: <https://www.mytriplea.com/diccionario-financiero/acrededor/>
- Ollustrator. (2015). calzafince.blogs. Obtenido de calzafince.blogs: <http://calzafince.blogspot.com/>
- Parkingcrew. (05 de Febrero de 2012). Docx Google. Obtenido de Clasificación de los costos: <https://docs.google.com/document/d/1QAWjOApQs6kh0Q5OzjpnHqIgbMrYNbhQiu-icE6ed4/edit>

Pérez Antúnez, L. A., & Rodríguez Hernández, F. G. (03 de Abril de 2014). Prezi. Obtenido de Prezi-FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO: [https://prezi.com/8\\_g9qoornlgg/factores-que-influyen-en-la-determinacion-del-precio/](https://prezi.com/8_g9qoornlgg/factores-que-influyen-en-la-determinacion-del-precio/)

Pérez Leal, J. (13 de Diciembre de 2010). Asesoría de Tesis y Trabajos. Obtenido de Asesoría de Tesis y Trabajos: <http://asesoriatesis1960.blogspot.com/2010/12/analisis-de-los-resultados.html>

Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2010). Definición. Obtenido de Definición de comercialización : <http://definicion.de/comercializacion/>

Pérez Porto, J., & Merino, M. (2011). Definición. Obtenido de Definición-Definición análisis financiero: <http://definicion.de/analisis-financiero/>

Pérez, D., Pérez Martínez de Ubago , I., & De Marketing Estratégico, P. (05 de Octubre de 2005). EOI- El Precio. Tipos y Estrategias de Fijación.

Pérez, L. (03 de Abril de 2014). Prezi. Obtenido de Prezi-FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO: [https://prezi.com/8\\_g9qoornlgg/factores-que-influyen-en-la-determinacion-del-precio/](https://prezi.com/8_g9qoornlgg/factores-que-influyen-en-la-determinacion-del-precio/)

Pinto Garcia, M. P. (1999). Sapatosite. Obtenido de Sapatosite-historia: <http://www.sapatosite.com.br/espanhol/opcoes/historia.htm>

Pírela, Y. A. (1974). Seminario sobre investigación y tesis. Maracaibo: Maracaibos.

Plazas, E. (8 de Febrero de 2011). Blog rossettha. Obtenido de Blog rossettha- Investigación documental 1: <http://rossettha-investigaciondocumental.blogspot.com/2011/02/investigacion-documental-i.html>

- Prieto Moreno, B., Santidrán Arroyo, A., & Aguilar Conde, P. (2006). Contabilidad de Costes y de Gestión un enfoque práctico. Madrid, España: Delta Publicaciones Universitarias.
- Ramos Alegria, J. K., Choton Torres, J., & Poma Sánchez, L. (3 de Abril de 2014). SlideShare. Obtenido de SlideShare- Mano de Obra: <http://es.slideshare.net/juankarlosramosalegria/mano-de-obra-directa-e-indirecta>
- Reaño Silva, J. F. (31 de Julio de 2014). SlideShare. Obtenido de SlideShare-costos y determinacio de precios: <http://es.slideshare.net/ELJHONNY74/costos-y-determinacion-de-precios>
- Reliableservers. (18 de Agosto de 2000). Gestipolis. Obtenido de Gestipolis.Qué son los costos de distribución y cómo se analizan: <http://www.gestipolis.com/que-son-los-costos-de-distribucion-y-como-se-analizan/>
- Reyes Pérez, E. (2008). Contabilidad de Costos. Mexico: Limusa Noriega Editores.
- Ricón Anaya, I., Díaz Collante, W. Z., Durán Guzmán, B. Y., Gomez Jaramillo, B. E., & Pabón Duarte, J. (6 de Febrero de 2013). Slideshare. Obtenido de Slideshare-investigacion documental: <http://es.slideshare.net/FerGiza/investigacin-documental-16405056>
- Ricón Anaya, I., Díaz Collante, W. Z., Durán Guzmán, B. Y., Gomez Jaramillo, B. E., & Pabón Duarte, J. (7 de Febrero de 2013). Slideshare. Obtenido de Slideshare-investigacion documental: <http://es.slideshare.net/FerGiza/investigacin-documental-16405056>
- Rioja, S. (15 de Diciembre de 1999). Gobierno de Loja. Obtenido de Mercado de precios por unidad de medida: <https://www.riojasalud.es/salud-publica-y-consumo/consumo/el-rincon-del-consumidor/4458-marcado-de-precios-por-unidad-de-medida>

- Rodríguez Olsztyn, M. (24 de Septiembre de 2007). Gestipolis. Obtenido de Gestipolis-Estrategia de precios por valor percibido: <http://www.gestipolis.com/estrategia-de-precios-por-valor-percibido/>
- Rojas Medina, R. A. (2007). Sistema de Costos - Un proceso para su implementación. Colombia: Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales.
- Romero Narváez, I. G. (Marzo de 2013). Implementación de un sistema de contabilidad de costos por ordenes de producción para la industria grafica TODOPRINT CIA. LTDA a fin de minimizar costos y fijar precios de venta. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.
- Saez Ulloa, M. E. (31 de Mayo de 2014). Prezi. Obtenido de Prezi- Población y muestra: criterios para la investigación: [https://prezi.com/jk\\_ul4ndhejm/poblacion-y-muestra-criterios-para-la-investigacion/](https://prezi.com/jk_ul4ndhejm/poblacion-y-muestra-criterios-para-la-investigacion/)
- Suarez Salazar, C. (2005). Costo y Tiempo en edificación. Mexico: Limusa Noriega Editores.
- Tamayo Tamayo, M. (31 de Marzo de 2006). Tipos de investigación. Obtenido de [http://trabajodegradoucm.weebly.com/uploads/1/9/0/9/19098589/tipos\\_de\\_investigacion.pdf](http://trabajodegradoucm.weebly.com/uploads/1/9/0/9/19098589/tipos_de_investigacion.pdf)
- Tamayo, M., & Tamayo. (2004). El proceso de la investigación científica (Cuarta ed.). México: LIMUSA NORUEGA EDITORES.
- Van Horne, J. C., & Wachowicz JR., J. M. (2002). Fundamentos de Administracion Financiera (Undécima ed.). Mexico: Pearson Educacion.
- Vargas Rivera, M. L. (29 de Abril de 2012). Contabilidad para ti. Obtenido de Contabilidad para ti- Depreciación: <http://contabilidadparati.blogspot.com/2012/04/depreciacion-de-activos-fijos.html>

- Velasquez, D. (18 de Febrero de 2015). Prezi. Obtenido de Prezi: Carga Fabril:  
<https://prezi.com/q6t4evta-gw0/carga-fabril/>
- Vicuña, S. (20 de Diciembre de 2008). Webfaction. Obtenido de Webfaction-  
Marketing estratégico:  
[http://www.descuadrando.com/Marketing\\_estrat%C3%A9gico\\_y\\_marketing\\_operativo](http://www.descuadrando.com/Marketing_estrat%C3%A9gico_y_marketing_operativo)
- Villarreal Samaniego, J. D. (28 de Agosto de 2008). Administración Financiera II.  
Mexico, Mexico.
- West, A. (1991). Gestion de la distribucion comercial-concepto de distribucion total.  
Madrid: Diaz de Santos, S.A.
- Wigodski, J. (14 de Julio de 2010). Blog-Metodología de la Investigación. Obtenido  
de Metodología de la Investigación:  
<http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>
- Yareli , D. (23 de Noviembre de 2012). slideshare. Obtenido de slideshare- objetivos  
del precio: <http://es.slideshare.net/dulceyareli/objetivos-de-los-precios>
- Zapata Sánchez, P. (2007). Contabilidad de Costos. Herramientas para la toma de  
decisiones. . Bogota, Colombia: Mc Graw-Hill Interamericana.