



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 sistema de costos y la fijación de precios en las empresas que conforman la
“Asociación de Productores de Calzado y Afines CALZAFINCE” en el cantón
Cevallos”

Autora: Portero Valle, Paulina Mercedes

Tutora: Ing. Sánchez Herrera, Bertha Jeaneth

Ambato - Ecuador

2017

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Ing. Bertha Jeaneth Sánchez Herrera, con cédula de identidad N° 180373657-6, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación sobre el tema: **“EL SISTEMA DE COSTOS Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS EN LAS EMPRESAS QUE CONFORMAN LA “ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CALZADO Y AFINES CALZAFINCE” EN EL CANTÓN CEVALLOS**”, desarrollado por Paulina Mercedes Portero Valle, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, 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, Junio de 2017

EL TUTOR



.....
Ing. Bertha Jeaneth Sánchez Herrera

C.I. 180373657-6

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Paulina Mercedes Portero Valle, con cédula de identidad N° 180460161-3, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto investigativo, bajo el tema: **“EL SISTEMA DE COSTOS Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS EN LAS EMPRESAS QUE CONFORMAN LA “ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CALZADO Y AFINES CALZAFINCE” EN EL CANTÓN CEVALLOS**”, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis y síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Junio del 2017

AUTORA



.....
Paulina Mercedes Portero Valle

C.I. 180460161-3

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 proceso de investigación.

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

Ambato, Junio del 2017

AUTORA



.....
Paulina Mercedes Portero Valle

C.I. 180460161-3

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

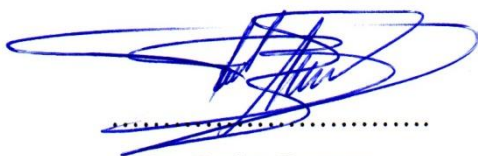
El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación, sobre el tema: “**EL SISTEMA DE COSTOS Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS EN LAS EMPRESAS QUE CONFORMAN LA “ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CALZADO Y AFINES CALZAFINCE” EN EL CANTÓN CEVALLOS**”, elaborado por Paulina Mercedes Portero Valle, estudiante de 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, Junio del 2017



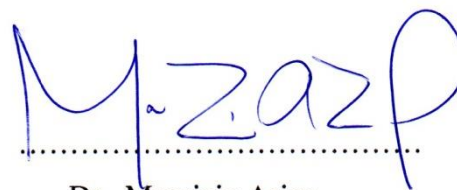
Eco. Mg. Diego Proaño

PRESIDENTE



Dr. Carlos Barreno

MIEMBRO CALIFICADOR



Dr. Mauricio Arias

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

La felicidad más grande de una meta culminada.

Quiero dedicar este trabajo a mis padres quienes me han apoyado constantemente con sus consejos, palabras de motivación, han luchado día a día porque yo sea mejor, a mi hermano quien ha sido mi ejemplo a seguir , quien ha estado conmigo desde pequeña creyendo y confiando en mí, lo que me ha permitido llegar a donde estoy, a mis abuelitos quienes con sus palabras me han motivado a que sea hoy una profesional, quienes me han inculcado a que siga el camino correcto, a mis tíos que siempre han estado pendiente a lo largo de mi vida estudiantil.

Paulina Mercedes Portero Valle.

AGRADECIMIENTO

Quiero empezar agradeciendo a Dios que me ha dado la sabiduría para llegar a donde estoy, agradecer a mis padres quienes estuvieron siempre pendientes de cada paso que he dado, a mi tutora que me ha ayudado a culminar con este proyecto de investigación pues sin ella no hubiera sido posible, de igual manera agradecer a mi querida Universidad Técnica de Ambato pues fueron unos de los mejores años de mi vida , agradecer a mis amigas que compartieron tantos momentos bonitos en el transcurso de mi vida universitaria, a mi hermano por brindarme una mano siempre que la necesite, a mis abuelitos y a mis tíos quienes siempre estuvieron pendientes de mí, de todo corazón gracias a todos quienes confiaron en mí y permitieron que pueda culminar esta etapa de mi vida.

Paulina Mercedes Portero Valle.

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

TEMA: “EL SISTEMA DE COSTOS Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS EN LAS EMPRESAS QUE CONFORMAN LA “ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CALZADO Y AFINES CALZAFINCE” EN EL CANTÓN CEVALLOS”

AUTORA: Paulina Mercedes Portero Valle

TUTORA: Ing. Bertha Jeaneth Sánchez Herrera

FECHA: Junio de 2017

RESUMEN EJECUTIVO

La asociación CALZAFINCE lo constituye un grupo de artesanos dedicados a producir y vender calzado con los mejores materiales del mercado, predominando el cuero como materia prima, cuya misión es ofrecer productos de calidad para hombres y mujeres, conformada por 15 socios que se han unido con el fin de mejorar y aumentar sus ventas pero actualmente sus costos de producción son establecidos empíricamente lo que no permite fijar precios reales en sus productos.

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar el sistema de Costos y la fijación de precios en la “ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CALZADO Y AFINES CALZAFINCE” en el cantón Cevallos, se pudo evidenciar de manera notable que la mayor parte de las empresas no disponen de un sistema de costos que les permita conocer su costo de producción real y esto conlleva a las mismas a que no puedan realizar una fijación correcta de sus precios.

La aplicación de un adecuado sistema de costos permitirá a cada empresa llegar a la meta planteada pues se podrá conocer cuáles son los gastos necesarios e innecesarios dentro de la producción, así llegar a fijar un correcto precio que pueda circular en el mercado, cumpliendo y satisfaciendo las necesidades de los clientes.

El aporte principal de este trabajo de investigación concluye en proponer un sistema de costos por procesos acorde a sus actividades y así promover el crecimiento económico de cada empresa, asignando y fijando precios considerados a sus productos es muy importante que se tome en cuenta en cada empresa que al no contar con un sistema de costos adecuado no se podrá llegar a lo planteado cada año.

PALABRAS DESCRIPTORAS: SISTEMA DE COSTOS, FIJACION DE PRECIOS, PRODUCCIÓN, COSTOS POR PROCESOS, EMPÍRICAMENTE

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDIT
ACCOUNTING AND AUDIT CAREER

TOPIC: "THE SYSTEM OF COSTS AND PRICING IN THE COMPANIES THAT MAKE UP THE "ASSOCIATION OF FOOTWEAR PRODUCERS AND RELATED CALZAFINCE" IN THE CANTON CEVALLOS"

AUTHOR: Paulina Mercedes Portero Valle

TUTOR: Ing. Bertha Jeaneth Sánchez Herrera

DATE: June 2017

ABSTRACT

The CALZAFINCE association is a group of artisans dedicated to producing and selling footwear with the best materials on the market, predominating leather as raw material, whose mission is to offer quality products for men and women, made up of 15 partners who have joined with In order to improve and increase their sales but currently their costs of production are established empirically so that does not allow to set real prices in their products.

The main objective of the present investigation is to analyze the system of Costs and pricing in the "ASSOCIATION OF FOOTWEAR PRODUCERS AND RELATED MATCHES" in the canton Cevallos, it was noticeable that most of the companies do not have A system of costs that allows them to know their real cost of production and this leads them to not be able to make a correct fixing of their prices. The application of an adequate system of costs will allow each company to reach the goal set as it will be possible to know what are the necessary and unnecessary expenses within the production, thus to establish a correct price that can circulate in the market, fulfilling and satisfying The needs of customers.

The main contribution of this research work is to propose a process cost system according to its activities and to promote the economic growth of each company,

assigning and fixing prices considered to its products is very important to be taken into account in each company That not having an adequate cost system will not be able to reach what is proposed each year.

KEY WORDS: COST SYSTEM, PRICE SETTING, PRODUCTION, PROCESS COSTS, EMPIRICALLY

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
ABSTRACT.....	x
ÍNDICE GENERAL.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	3
1. ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.1 Tema de Investigación.....	3
1.2 Planteamiento del problema.....	3
1.2.1 Contextualización.....	3
1.2.2 Análisis Crítico.....	8
1.2.3 Prognosis.....	9
1.2.4 Formulación de Problemas.....	10
1.2.5 Delimitación del objeto de Investigación.....	10
1.3 Justificación.....	11
1.4 Objetivos.....	11
1.4.1 Objetivo General.....	11
1.4.2 Objetivos Específicos.....	12
CAPÍTULO II	13
MARCO TEÓRICO.....	13
2.1 Antecedentes Investigativos.....	13

2.2	Fundamentación Legal.....	16
2.3.	Fundamentación Científica Teórica.....	19
2.3.1.	Súper ordenación Conceptual.....	19
2.3.2.	Subordinación Conceptual Variable Independiente y Dependiente.....	20
2.3.3.	Marco conceptual variable independiente.....	22
2.3.4.	Marco conceptual variable dependiente.....	31
2.4	HIPÓTESIS.....	38
2.4.1	SEÑALAMIENTO DE VARIABLES DE LA HIPÓTESIS.....	38
	CAPÍTULO III	39
	METODOLOGÍA DEL DIAGNÓSTICO	39
3.1	Enfoque.....	39
3.2	Modalidad Básica de la Investigación.....	39
3.3	Tipos de Investigación.....	40
3.4	Población y Muestra.....	41
3.4.1.	Población.....	41
3.4.2.	Cálculo de la Muestra.....	42
3.5.	Operacionalización de Variables.....	44
3.5.1	Variable Independiente: Sistema de Costos.....	44
3.5.2.	Variable Dependiente: Fijación de Precios.....	47
3.6	Recolección de Datos.....	49
3.7	Procesamiento y Análisis.....	50
	CAPÍTULO IV	53
	RESULTADOS	53
4.1.	PRINCIPALES RESULTADOS.....	53
4.2.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	54
4.3.	MATRIZ DE ANÁLISIS DE OBJETIVOS.....	71
4.4.	VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	79
4.4.1	PRUEBA DE HIPOTESIS.....	79
4.4.2.	MÉTODO LÓGICO.....	79
4.4.3.	MODELO ESTADÍSTICO.....	79
4.4.4.	ESTADÍSTICO DE PRUEBA.....	80
4.4.5.	REGLA DE DECISIÓN.....	80
4.5.	LIMITACIONES DE ESTUDIO.....	83

4.6. CONCLUSIONES	84
4.7. RECOMENDACIONES	85
4.8. PROPUESTA DE SOLUCIÓN	86
Bibliografía	91
ANEXOS	95

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1: Nómina oficial de los socios y empleados de asociación “CALZAFINCE”	42
Tabla 2: Operacionalización Variable Independiente.....	44
Tabla 3: Operacionalización Variable Dependiente	47
Tabla 4: Recolección de la Información	49
Tabla 5: Control de Costo de Producción	54
Tabla 6: Costos de producción.....	55
Tabla 7: Sistema de Costos en la fabricación del calzado	56
Tabla 8: Documentos Contables	57
Tabla 9: Revisión de Materia Prima.....	58
Tabla 10: Método de Valoración	59
Tabla 11: Pago Mano de Obra	60
Tabla 12: Motivación de Empleados.....	61
Tabla 13: Costos Indirectos de Fabricación.....	63
Tabla 14: Procedimiento para la fijación de precios	64
Tabla 15: Establecer el Precio de Venta	65
Tabla 16: Determinar la Fijación de Precios.....	66
Tabla 17: Método de Fijación de Precios.....	67
Tabla 18: Etapas de Fijación de Precios	68
Tabla 19: Diseñar un Sistema de Costos por Procesos	70
Tabla 20: Indicadores para comprobar el objetivo.....	71
Tabla 21: Indicadores para comprobar el objetivo.....	75
Tabla 22: Indicadores para comprobar el objetivo.....	76
Tabla 23: Indicadores para comprobar el objetivo.....	77
Tabla 24: Determinación de Costos de Producción	78
Tabla 25: Determinación de Precio de Venta.....	78
Tabla 26: Tabla t-student	81
Tabla 27: MUESTRA DE PREGUNTAS PARA LA VARIABLE INDEPENDIENTE	82

Tabla 28: MUESTRA DE PREGUNTAS PARA LA VARIABLE DEPENDIENTE	82
Tabla 29: Propuesta de Modelo Operativo	88

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico 1: Principales zonas de producción de cuero en el Ecuador	6
Gráfico 2: Árbol de Problemas.....	8
Gráfico 3: Súper ordenación Conceptual	19
Gráfico 4: Constelación de Idea de las Variables	20
Gráfico 5: Constelación de Idea de las Variables	21
Gráfico 6: Fórmula de los CIF	25
Gráfico 7: Esquema del Proceso de Fijación Estratégica del Precio	35
Gráfico 8: Control de Costo de Producción	54
Gráfico 9: Costos de producción.....	55
Gráfico 10: Sistema de Costos en la fabricación del calzado	56
Gráfico 11: Documentos Contables	57
Gráfico 12: Revisión de Materia Prima	58
Gráfico 13: Método de Valoración	59
Gráfico 14: Pago Mano de Obra	60
Gráfico 15: Motivación de Empleados	61
Gráfico 16: Costos Indirectos de Fabricación.....	63
Gráfico 17: Procedimiento para la fijación de precios.....	64
Gráfico 18: Establecer el Precio de Venta	65
Gráfico 19: Determinar la Fijación de Precios.....	66
Gráfico 20: Método de Fijación de Precios	67
Gráfico 21: Etapas de Fijación de Precios	68
Gráfico 22: Diseñar un Sistema de Costos por Procesos	70
Gráfico 23: Gráfico de dispersión t-student.....	81

INTRODUCCIÓN

Este proyecto de investigación tiene como propósito basarse en el Sistema de Costos y la fijación de precios en las empresas que conforman la “ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CALZADO Y AFINES CALZAFINCE” del cantón Cevallos, cabe recalcar que es importante que cada empresa cuente con un sistema adecuado acorde a sus necesidades pues así podrá obtener un costo real que le permita conocer y fijar al mismo tiempo unos precios que se ajusten al mercado.

Una empresa con un correcto sistema de costos fácilmente podrá llegar a la meta deseada, pues al establecer un costo real se conocerá los gastos netos que influyen para fabricar el producto deseado y esto influye mucho para fijar el precio, seguir el procedimiento necesario para no tomar a la ligera estas fijaciones es decir que no sean dadas empíricamente.

Para lograr realizar esta investigación se ha utilizado diferentes fuentes bibliográficas basadas en sistemas de costos y fijación de precios, se ha realizado una investigación de campo para poder recolectar los datos necesarios y así poder verificar la hipótesis. En el **Capítulo I** se encuentra la descripción del problema que existe en la asociación Calzafince, además se desarrolló la contextualización a nivel nacional, provincial y cantonal, se determinó el árbol de problemas mediante sus causas y efectos, la justificación del porque se llevó a cabo la presente investigación, además se estableció el objetivo general y específicos que se pretende alcanzar dentro de la asociación.

En el **Capítulo II** se plantea el marco teórico citado de diferentes fuentes relacionadas con el problema del proyecto de investigación, se presenta la fundamentación legal, científica teórica, además se diseña la hipótesis la cual será analizada y justificada en el transcurso de la investigación.

En el **Capítulo III** se indica cual fue la metodología de investigación que se utilizó, métodos y técnicas de investigación, la recolección de datos y también la Operacionalización de las variables tanto dependiente como independiente.

En el **Capítulo IV** se obtiene los resultados de la investigación mediante las encuestas que fueron realizadas a los dueños de las diferentes empresas que conforman la asociación, aquí también ya se desarrolla la verificación de la hipótesis planteada anteriormente, delimitación del estudio, las conclusiones y recomendaciones planteadas y finalmente una propuesta planteada para que pueda ser ejecutada posteriormente.

CAPÍTULO I

1. ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Tema de Investigación

El Sistema de Costos y la fijación de precios en las empresas que conforman la “ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CALZADO Y AFINES CALZAFINCE” del cantón Cevallos

1.2 Planteamiento del problema

En la actualidad el sector del calzado ha tenido problemas con los costos debido a que los precios se determinan empíricamente lo que conlleva a que no se obtenga una utilidad real.

En el presente proyecto de investigación se analizará la inexistencia del sistema de costos dentro del sector del calzado y las desventajas que se producen por la falta de este sistema frente a la amplia demanda que existe en el mercado del calzado.

1.2.1 Contextualización

1.2.1.1 Macrocontextualización

Según Ralma (2014)La industria del calzado actualmente tiene un gran desarrollo en materia de diseño, variedad e innovación y especialización. En el Ecuador existe una gran variedad de diseños de calzado. La industria se encuentra inmersa en procesos de tecnificación cada vez más avanzados. Existe un gran desarrollo de la industria principalmente en las provincias de Tungurahua, Azuay, Pichincha y Guayas.

Según el Ministerio de Comercio Exterior (2015) Ecuador produce alrededor de 350 mil cueros y pieles al año. Una buena parte de la demanda se orienta al mercado

interno de calzado, marroquinería y confecciones, y gran parte de la producción de cuero y pieles se exporta.

Pero los costos en el sector del calzado del Ecuador no tienen un correcto proceso, por lo que es importante tener un control de costos de órdenes de trabajo pues un buen sistema proporciona informes necesarios para fijar el precio real, a parte opera de tal manera que protege al fabricante de posibles pérdidas en materiales y mano de obra, además ofrece asimismo estados útiles a la gerencia y proporciona un elemento de protección contra pérdidas en los artículos terminados.

Según Gillespei (1981) En algunos casos, el costo real de fabricación de un producto resulta significativamente más elevado que el que se ha estimado. Cuando esto sucede el empleado de costos debería hacer un análisis del costo real, con el fin de descubrir, si es posible, algún error contable que pueda ser la causa del costo aparentemente más elevado y para anticiparse a la inevitable pregunta del gerente que habrá de investigar el porqué de la situación.

El Ciudadano (2016) dice que sin embargo, los antecedentes de este importante sector productivo no siempre tuvieron un saldo positivo. Según el análisis realizado por el Centro de Investigaciones Económicas de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso), uno de los sectores más desfavorecidos por la dolarización fue la producción del calzado. Por ello en 2008 la industria nacional soportó la venta de calzado importado, de cada 10 pares vendidos, ocho eran extranjeros.

Según Bravo & Ubida (2009)

“Se establece este sistema en el sector cuando tiene un carácter que por algún motivo ha sido interrumpido, separado, diversificado de producir sus productos. Por consiguiente, para controlar cada partida de artículos se necesita de la demostración de una orden de producción en

la que se recolecte valores por los tres elementos existentes del costos de producción “

En el sector del calzado se establecen los costos de producción empíricamente o de acuerdo a lo que rige la competencia, sin tener presente los tres elementos del costo, lo cual genera una afectación tanto a los productores en el margen de rentabilidad y a los consumidores en el precio muy alto para la obtención del producto.

Si no se ha logrado definir bien los procesos de producción, los costos de producción se elevan.

La determinación de costos puede ser sobre una base histórica es decir que los costos se van acumulando según sucede o predeterminada cuando los costos se determinan adelantándose a la producción.

Según Corcoran (1990)

“Cuando los productos son de diseño regular y se fabrican en forma continua, se pone en operación un sistema de costos de procesos; cuando se fabrican esporádicamente por lotes y su diseño varía (la variedad es habitual pero no obligatoria), lo que opera es un sistema de costos por órdenes de producción o lotes.”

1.2.1.2 Mesocontextualización

Según El Telégrafo (2013) La producción de calzado en la provincia de Tungurahua se inicia en el siglo XIX, siendo una de las actividades artesanales más importantes de esta época. En la actualidad la provincia es considerada como la capital nacional del calzado ya que abarca la producción nacional, cuenta con el mayor número de curtiembres y talleres artesanales de calzado, los mismos que radican en áreas rurales y que han hecho de esta actividad su profesión y su principal fuente de ingreso.

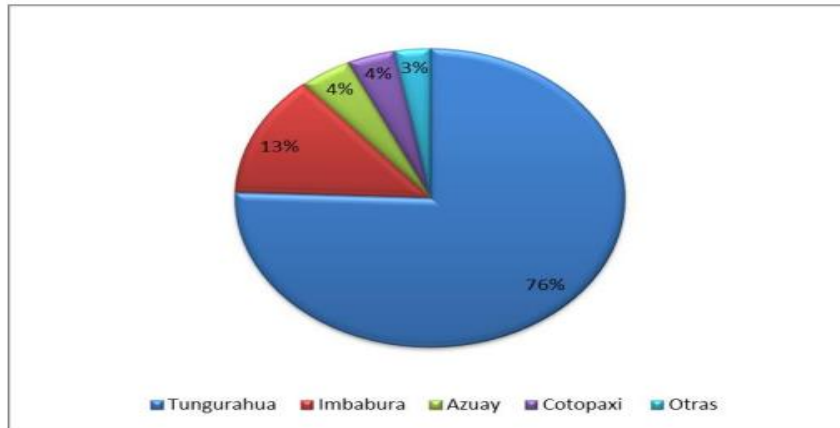


Gráfico 1: Principales zonas de producción de cuero en el Ecuador
Fuente: Curtidores del Ecuador.

En Tungurahua el sector del calzado no aplica correctamente su sistema de costos que no permite mostrar la ganancia real que se vaya obteniendo anualmente por lo que es importante conocer como llevar un correcto sistema de costos dentro de este sector.

Según Ortega (1980) dice que los sistemas de costos “ fueron creados con el objetivo de estar en condición de fijar oportunamente precio de venta , cotizaciones sobre la obra o trabajos determinados o simplemente de evaluar por anticipado la contabilidad de su producción en función de precios ya vigentes en el mercado .”

Según Zapata (2007)

“El momento que las empresas de calzado adquieren un sistema de costos tienen la oportunidad de averiguar en un tiempo determinado cuales son sus costos totales y unitarios a nivel de cada elemento de producción de un proceso en particular.

Además de permitir controlar los costos de producción a través de los informes que sobre cada fase deben rendir contabilidad; se puede determinar nuevas políticas de precio, teniendo en cuenta las necesidades de los consumidores y los precios de la competencia”

1.2.1.3 Microcontextualización

CALZAFINCE, la Asociación de Productores Artesanos de Calzado y Afines de Cevallos, es constituida legalmente con personería jurídica el 03 de abril de 2009 con acuerdo ministerial del MIIES, N.- 028-2009.

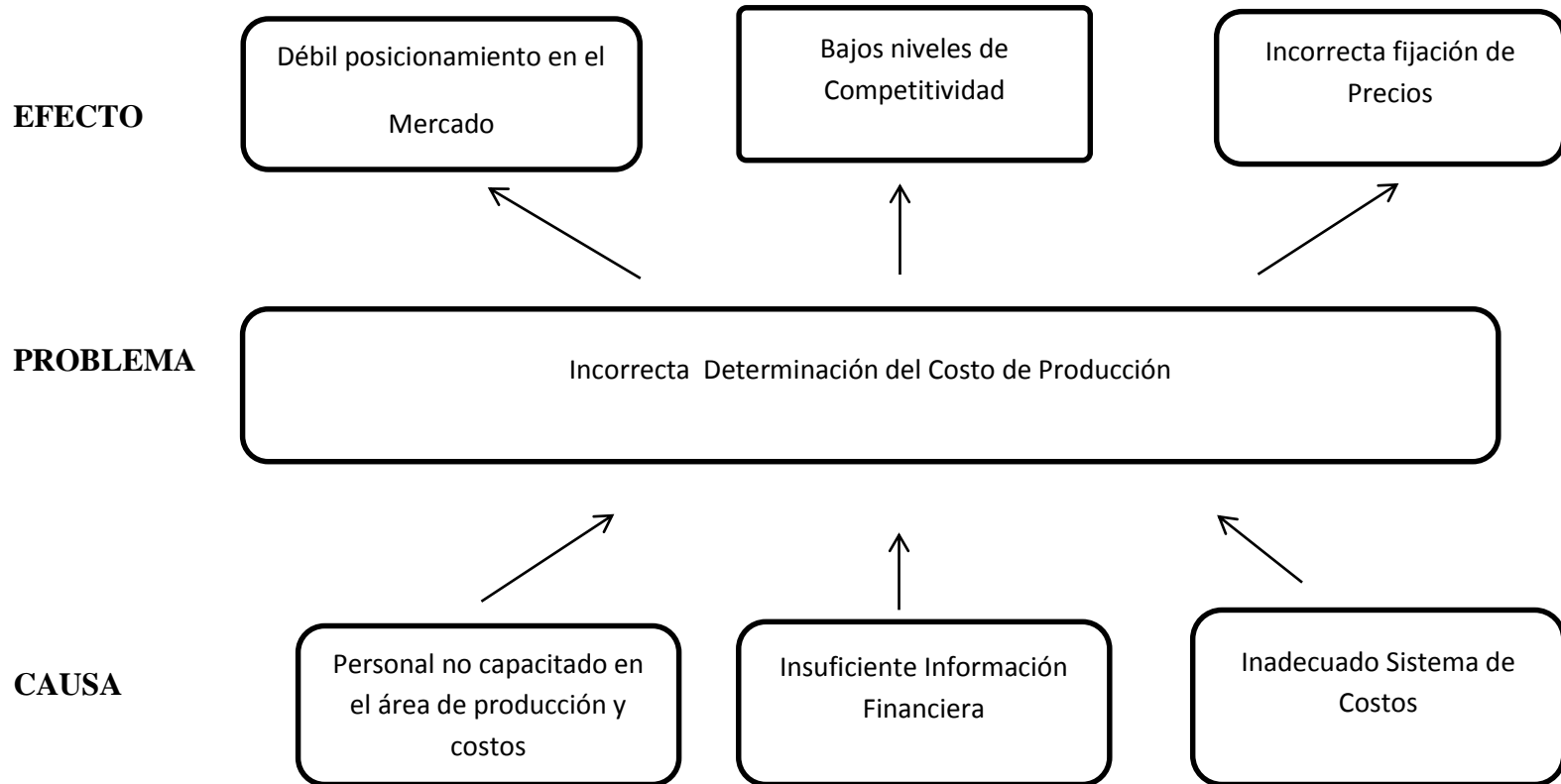
Actualmente agrupa a 15 socios, productores y comercializadores de calzado fabricados con los mejores materiales del mercado, predominando el cuero como materia prima fundamental. Como productores apuestan por un desarrollo sostenible, diseñando nuevos productos acordes con las exigencias del mercado, en cuanto a moda, confort y calidad.

Conocemos también que CALZAFINCE 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, además se conoce que las empresas que conforman la asociación de Calzafince actualmente no cuentan con un sistema de costos y sus precios son dados empíricamente, lo que se pretende cambiar mediante el presente proyecto de investigación para obtener un precio de venta real.

CALZAFINCE es una entidad que está controlada por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

1.2.2 Análisis Crítico

Gráfico 2: Árbol de Problemas



Fuente: CALZAFINCE Asociación de Productores de Calzado y Afines
Elaborado por: Portero, P (2017)

Relación Causa – Efecto

Los socios que conforman la Asociación de Productores de Calzado y Afines Calzafince presentan un problema en común que es la inadecuada determinación de los Costos de Producción, pues al no contar con un sistema de costos propio no se puede establecer con facilidad la fijación de precios, actualmente los precios se establecen empíricamente, de modo que los propietarios no tienen un conocimiento amplio de como establecer costos en sus productos ya terminados.

La falta de personal no capacitado en el área de producción y costos no permite alcanzar un posicionamiento adecuado en el mercado, no permitiendo así llegar a la meta de ventas planteada cada año.

Cabe también destacar que existe insuficiente información financiera lo que no permite conocer cuáles son las utilidades que obtienen los propietarios mensualmente y al no contar con este tipo de información las empresas no pueden conocer su nivel de competitividad en el sector del calzado.

Los socios no clasifican de manera correcta los costos indirectos de fabricación lo que ocasiona grandes problemas ocasionando pérdidas y no generan ganancias en sus ventas como lo plantean cada año.

1.2.3 Prognosis

La falta de un sistema de costos dentro del sector del calzado no permite conocer el valor real de los productos ya que este sistema da a conocer detalladamente el costo de producción y conocer el valor de lo que está en proceso.

El no poseer un sistema de costos ocasiona que los fabricantes establezca precios de los productos empíricamente y esto ocasionara en tal punto que las ganancias no sean altas debido a que se ofrezca un calzado de alta calidad y sus precios se encuentren por debajo de los costos, ocasionando que sus pagos a empleados, proveedores no se les cancele a tiempo.

Así pues la falta de información de costos oportuna puede ocasionar que la fijación de precios no se muestre real y se establezcan precios por medio de la competencia en el mercado del calzado lo que puede ocasionar que los productores no estén obteniendo la ganancia planteada, pues se necesita conocer en su plenitud las causas que originaron el costo, mediante su materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

1.2.4 Formulación de Problemas

¿Cómo afecta la determinación de Costos de Producción en la fijación de precios en las empresas que conforman la Asociación de Productores de Calzado y Afines CALZAFINCE del cantón Cevallos?

Variable independiente: Sistema de Costos

Variable Dependiente: Fijación de precios

1.2.5 Delimitación del objeto de Investigación

- **Campo:** Contabilidad
- **Área:** Costos.
- **Aspecto:** Correcta Determinación de Costos de Producción.
- **Temporal:** Del 1 de Noviembre del 2016 al 31 de Marzo del 2017.
- **Especial:** La Asociación de Productores Artesanos de Calzado y Afines de Cevallos ubicada en el Cantón Cevallos, en los bajos del coliseo de deportes.

1.3 Justificación

El presente tema de investigación está dentro de las líneas de investigación planteadas para la facultad de Contabilidad y Auditoría en la carrera de Contabilidad y Auditoría.

Se ha desarrollado debido a que el sector del calzado no cuenta con un sistema de costos que ayude a establecer los precios de los productos en el mercado, actualmente se establecen empíricamente lo que no permite a los productores conocer si están obteniendo una utilidad o una pérdida al momento de realizar sus ventas, es por eso que se ha visto necesario establecer este tipo de sistema dentro de las empresa que conforman la asociación CALZAFINCE.

Este sistema tiene como objetivo mejorar el control de costos en cada uno de los procesos al momento de su fabricación, permitirá que distintas áreas de la empresa vayan mejorando, evitando procesos estancados y retrasos de pedidos.

La fijación de precios logrará establecer precios reales que ayuden a que el productor sea más competitivo y conocer hacia donde se debe orientar la empresa para una mayor rentabilidad.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

- Analizar la afectación del Sistema de Costos y la fijación de precios en la “ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CALZADO Y AFINES CALZAFINCE”

1.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar el manejo y control de costos con el fin de verificar si es correcta su aplicación.
- Identificar el procedimiento actual en la fijación de precios con la finalidad de establecer que factores influyen en el precio del calzado.
- Proponer un modelo operativo de control de costos por proceso, para determinar el costo de producción.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Investigativos

El presente trabajo investigativo en la Asociación de Productores de calzado y AFINES CALZAFINCE” del cantón Cevallos dedicada a la venta de calzado al por mayor y menor da un aporte fundamental para el mejoramiento al momento de fijar precios en sus productos. Se logrará además implementar un sistema de costos que ayude a que los fabricantes no establezca sus precios empíricamente y conozcan cuales son los gastos que incurrirá en su producto al momento de su fabricación. Como referencias damos a conocer que este tema ha sido tratado a nivel nacional, pero actualmente en la ciudad de Cevallos se concentra un gran número de empresas con este fin y el problema en común que sus costos no son establecidos por medio de un sistema de costos.

Según Vargas (2016), en su proyecto de investigación llamado: “Los costos de producción y la determinación del precio de venta al público en la línea de carretillas, en la empresa Industria Metalmecánica Escobar “I.M.ESCO” de la ciudad de Ambato” **Ambato, Ecuador, Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoría**, afirma que:

“Es necesario diagnosticar los mecanismos de determinación de los costos de producción, además es importante revisar el método de fijación de los precios en el producto terminado para así proponer la implementación de un sistema de costos de producción adecuado para el mejoramiento de los procesos de producción e incremento de la de rentabilidad” realizando una investigación profunda se pudo llegar a las siguientes conclusiones:” La empresa fija los precios en base a órdenes de producción anteriores y también a la

competencia ya que no puede ofertar un precio mayor a la de sus competidores y porque tiene un retraso en los registros contables, dado que solo hay una persona en el departamento de contabilidad, de tal manera que asignan los precios de una manera empírica y de acuerdo a los cambios que se den en el mercado. Además que no ayuda a medir de manera apropiada el margen de utilidad real que genera de la empresa en cada ejercicio económico”. Por lo tanto “La empresa al no asignar de una forma apropiada los costos de producción ni tampoco tomarlos en cuenta para la fijación de precios tiene como resultado una rentabilidad baja y poco real que afecta gradualmente a la utilidad de la empresa, así como su posicionamiento en el mercado”.

Es importante que la empresa cuente con un sistema de costos para que no sean establecidos empíricamente así obtener una utilidad mayor a la esperada.

Según Mera (2013) en su trabajo de graduación llamado: “Los costos y su influencia en la fijación de precios de las comidas y bebidas del restaurante de la hostería Bascún en el año 2011” **Ambato, Ecuador, Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoría**, afirma que:

“Es importante que se determine la inexistencia de un sistema de costos, Identificando el procedimiento actual en la fijación de precios de las comidas y bebidas llegando a la conclusión que “Posee gran cantidad de información en lo concerniente a los costos totales de Materia Prima y Mano de Obra utilizada durante un periodo para la fabricación de sus comidas y bebidas, al igual que los encuestados; lo que no representa que se obtenga costos de cada uno de estos productos ofrecidos, se debe seleccionar un sistema de costos con procedimientos correctos para la asignación de estos costos total hacia cada comida y bebida preparada.” Por lo

que “La determinación de los costos indirectos en este tipo de actividad conlleva un profundo análisis, el tomar en cuenta cada uno de estos costos al igual que su valoración y asignación representan la mayor dificultad al momento de seleccionar un costo individual para cada producto ofrecido.”

Para tomar en cuenta el precio de los productos que se fabrican es importante que se tome en cuenta los tres factores importantes de costos que son la mano de obra, la materia prima y los costos indirectos de fabricación.

En palabras de Castro (2010) para determinar el costo por producto para supermercados, se desconocen lo que es un objeto de costos; no emplean sistemas de costos; algunos manejan elementos de calidad. Es decir según esta investigación, no tienen sistemas de costos bajo el contexto de la contabilidad de gestión, sino aquel establecido por las normas contables, cuyo propósito es determinar un enriquecimiento gravable o fiscal.

Es importante que los supermercados puedan medir y establecer sus costos para establecer el valor neto de sus productos para obtener las ganancias esperadas por parte de los productores.

Según Guerrero, Hernández, & Díaz (2012) expresa que el impacto en el precio es determinado pues tiene sobre el nivel general de precios de la compañía, se plantea la aplicación del modelo utilizado más comúnmente para la observación del cambio de precios en el mercado: la inflación. Mediante el cálculo de un indicador similar al del índice de precios al consumidor (IPC), base para el cómputo de la inflación, se establece el nivel de precios del periodo en el que se realizan los cambios y su variación con respecto al mismo índice de un periodo tomado como base. Así concluye en su investigación

“La elasticidad al precio de la demanda permite establecer objetivos y políticas para la asignación de precios. De esta

manera, la elasticidad se convierte en una herramienta útil para el establecimiento de metodologías de fijación de precios tendientes a cumplir determinados objetivos planteados con anterioridad. “

Es necesario que siempre el precio a establecerse sea el real estableciendo objetivos del precio y además es necesario que se analice la estructura de los costos.

La fijación tradicional de precios consiste García (2012) en *la inexistencia o invalidez del contrato por falta de precio cierto, una vez analizado este autor concluye en su investigación:*

“En el capitalismo globalizado que se vive, caracterizado por la producción y oferta masiva de bienes y servicios y por la estandarización de los tipos y de las formas contractuales, es común que quien determine el precio sea aquel que estructura los costos y calcula el margen de utilidad del producto o de su distribución. Pues bien, la regla prohibitiva del arbitrio de parte, o mejor, la interpretación de la prohibición, perdería su razón de ser y en consecuencia tiene cabida el señalamiento unilateral del precio –o los criterios de su fijación– siempre que se realice con base en un arbitrium boni viri susceptible de un control judicial posterior.

Por ello es necesario que se establezca correctamente los precios para evitar cualquier inconveniente y así poder conseguir un precio razonable.

2.2 Fundamentación Legal

Código Orgánico de la Producción

Art. 1.- Ámbito.- Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas

que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional. Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Ley de Seguridad Social

Art. 1.- Principios Rectores.- El Seguro General Obligatorio forma parte del sistema nacional de seguridad social y, como tal, su 16 organización y funcionamiento se fundamentan en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia.

Código de Trabajo

Art. 1.- Ámbito de este Código.- Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Norma Internacional de Contabilidad (NIC 2)

Numeral 12.- Los costes de transformación de las existencias comprenderán aquellos costes directamente relacionados con las unidades producidas, tales como la mano de obra directa. También comprenderán una parte, calculada de forma sistemática, de los costes indirectos, variables o fijos, en los que se haya incurrido para transformar las materias primas en productos terminados.

Costes indirectos fijos son todos aquéllos que permanecen relativamente constantes, con independencia del volumen de producción, tales como la amortización y mantenimiento de los edificios y equipos de la fábrica, así como el coste de gestión y administración de la planta. Costes indirectos variables son todos aquéllos que varían directamente, o casi directamente, con el volumen de producción obtenida, tales como los materiales y la mano de obra indirecta.

2.3. Fundamentación Científica Teórica

2.3.1. Súper ordenación Conceptual

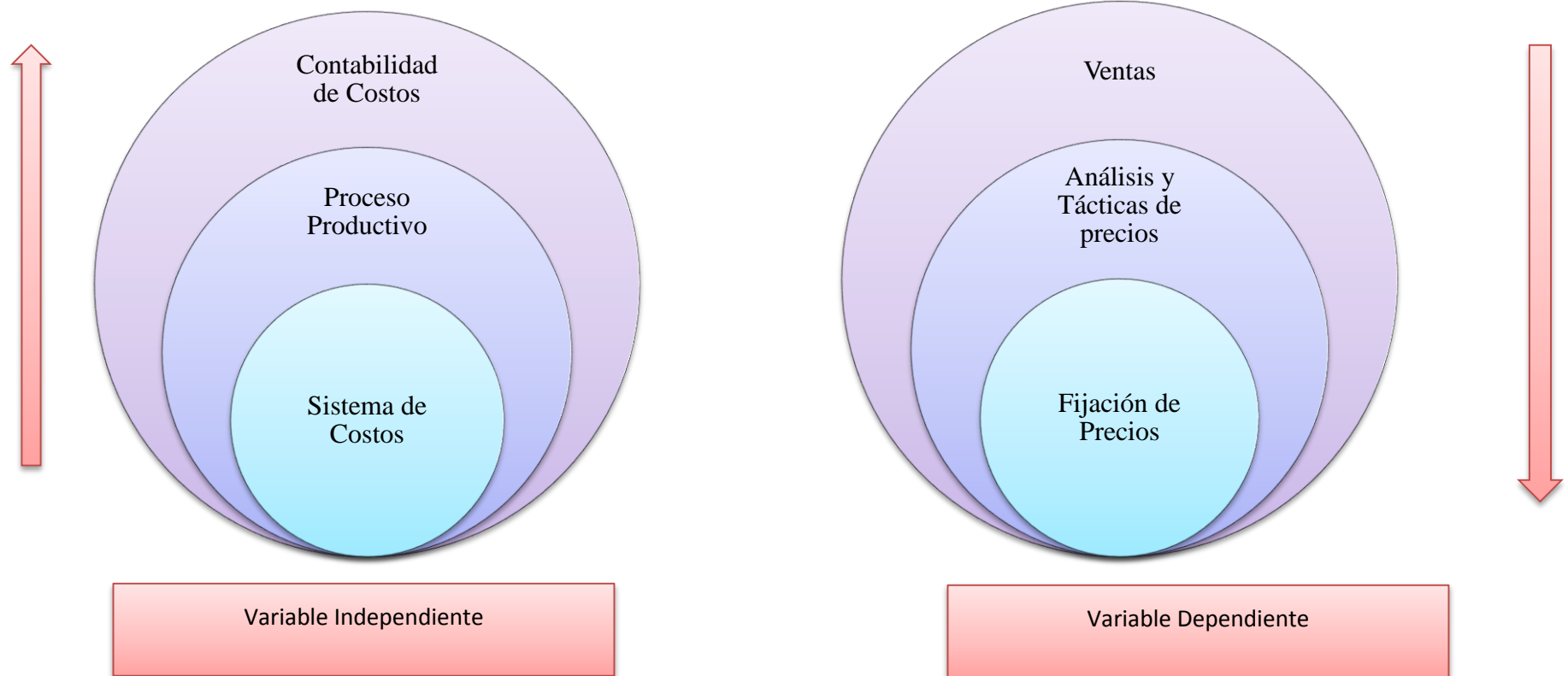


Gráfico 3: Súper ordenación Conceptual
Elaborado por: Portero, P (2017)

2.3.2. Subordinación Conceptual Variable Independiente y Dependiente

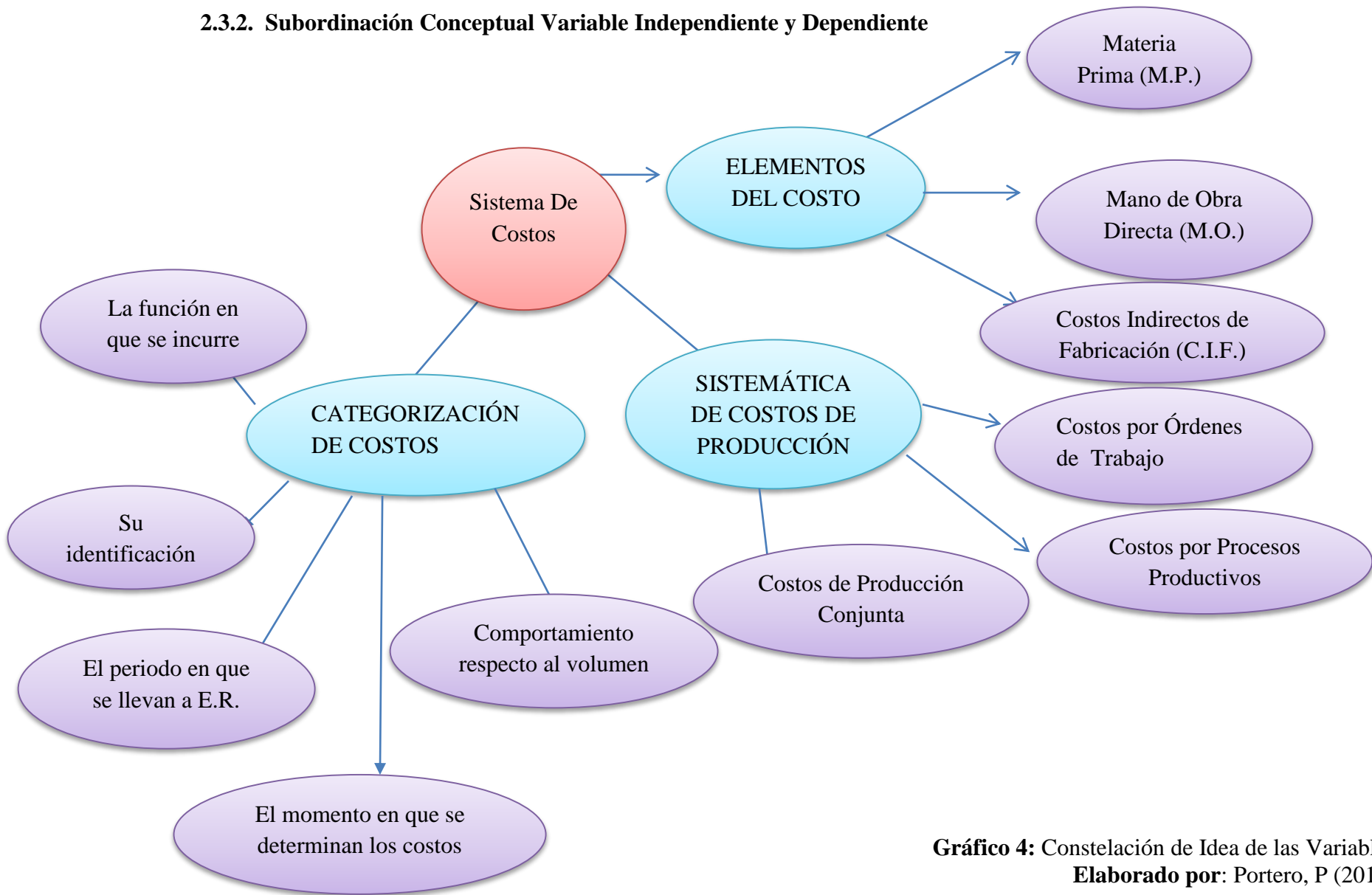


Gráfico 4: Constelación de Idea de las Variables
Elaborado por: Portero, P (2017)

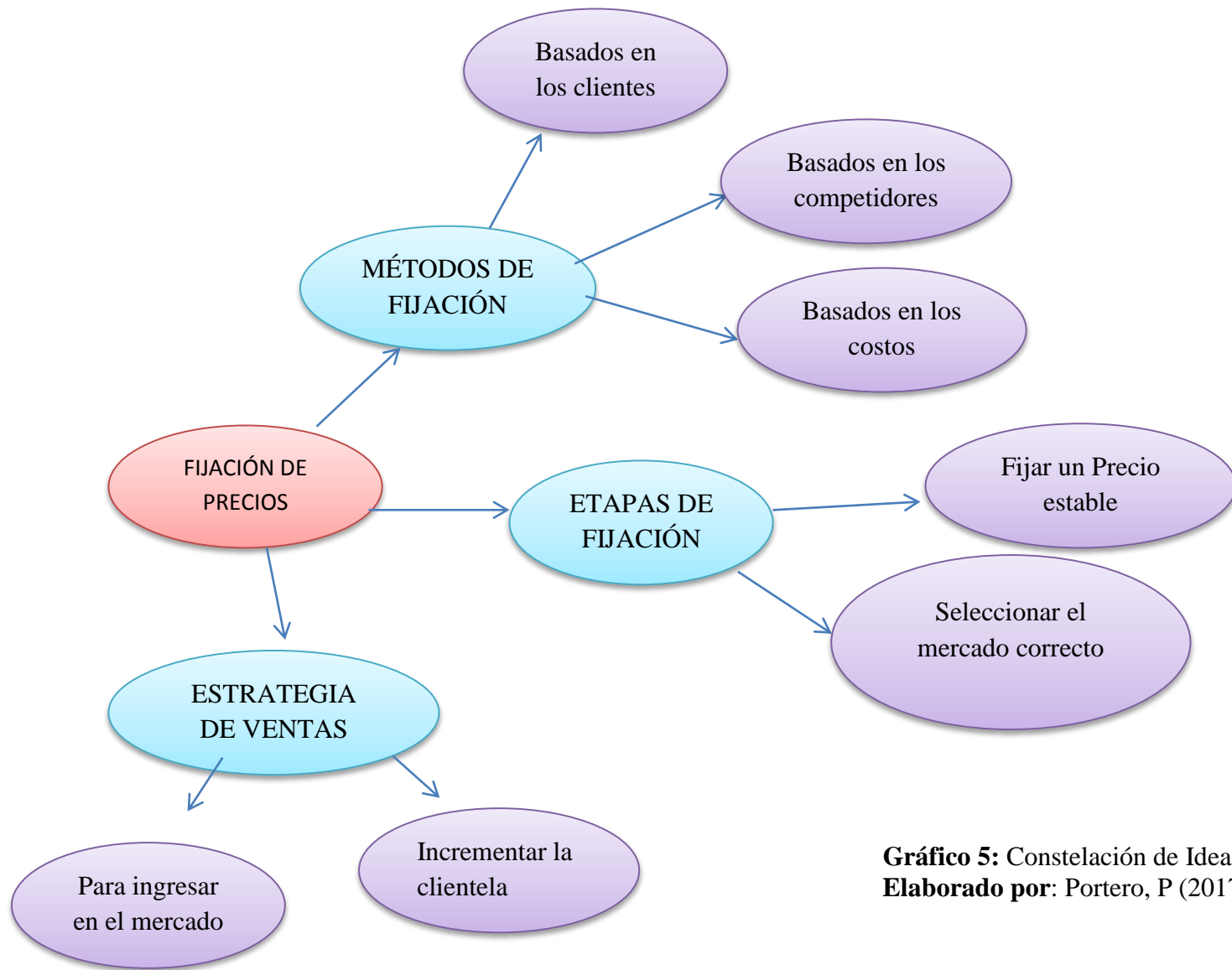


Gráfico 5: Constelación de Idea de las Variables
Elaborado por: Portero, P (2017)

2.3.3. Marco conceptual variable independiente

2.3.3.1. Contabilidad de Costos

Horngren, Foster, & . Data (2007) La contabilidad de costos mide, analiza y proporciona información financiera y no financiera relacionada con los costos de adquirir o de utilizar recursos en una organización. La contabilidad de costos moderna ha cambiado ya que afilia la forma de que la recolección de información de costos es una función de las decisiones administrativas que se toman es decir mediante la contabilidad de costos moderna se puede tomar decisiones muy importantes dentro de la organización que pueden ayudar para bien o para mal.

Según Cuevas (2001) Estos son muy necesarios e indispensables el momento que se desee presentar los informes financieros.

2.3.3.2. Proceso Productivo

Secuencia de diferentes actividades destinadas a la transformación de un bien o servicio y el costo de producción está relacionado directamente con este, pues el costo de producción debe ser cuantificado mediante los costos de producción; es decir los recursos son los medios que permiten transformar la materia para poder obtener artículos o servicios para la venta.

Existen 4 tipos de procesos productivos

- Procesos por lotes.- La organización se divide en plantas y el producto va recorriendo hasta llegar a la culminación
- Procesos continuos.- Serie que la materia prima debe seguir para poder transformarse en el producto ya final.
- Procesos en cadena.- Cadena que transporta el producto según su proceso.

- Procesos tipo proyecto.- Se necesita que exista planificación y organización para empezar con este proceso ya que este se desarrolla en un punto específico con las condiciones que sean más adecuadas para poder realizar el trabajo al que se desea llegar.

2.3.3.3. Sistema de Costos

El sistema de costos según Horngren, Datar, & Rajan (2012) es “el conjunto de maneras, métodos, búsquedas e informes distributivas sobre la base de teoría de la partida doble y otros principios técnicos, es decir cada empresa debe elaborar, implementar o desarrollar un sistema que indique la información de datos, de acuerdo con sus características operativas y sus necesidades de información, considerando tres aspectos importantes:

1. Las tipologías de producción de la industria
2. La técnica de costeo
3. El momento en que se acuerdan los costos”

Ortega (1980) Expresa en su contenido que un “La estimación de los costos en las industrias de esta naturaleza debe abarcar necesariamente los tres elementos clásicos del costo de producción e inclusive costos de distribución; de aquí que el sistema de costos utilizado en estas circunstancias sea íntegramente predeterminado y no circunscrito en su predeterminación a uno solo de los elementos del costo”

2.3.3.4. Elementos del Costo

Los elementos del costo están conformados por algunos elementos que ayuda en el departamento de producción, para poder determinar el costo de producción real dentro del producto que se vaya a fabricar es importante que se tome en cuenta estos elementos, así tenemos como principales: la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación.

2.3.3.4.1. Materia Prima

Es el elemento susceptible de transformación por ensamble, mezcla, etc.

Según García (2007) Aquellos materiales que necesitan someterse a operaciones de cambios, transformaciones o manufactura para su permutación o cambio sea este físico y/o químico, antes de que deban y puedan ya venderse como productos terminados es decir listos para ya salir al mercado, se dividen en:

a) Materia Prima Directa (MPD)

Son aquellos materiales que necesitan de una transformación que se pueden observar, identificar o cuantificar directamente con los productos que ya están terminados, como por ejemplo la madera en la industria mueblera.

b) Materia Prima Indirecta (MPI)

Son aquellos materiales sometidos a transformación, que no se pueden observar, identificar dentro del producto, ni cuantificar directamente con los productos que ya están terminados, por ejemplo, el barniz en la industria mueblera.

2.3.3.4.2. Mano de Obra

Expresa García (2007) Es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformación de las materias primas en productos que ya son terminados, existen dos tipos de mano de obra:

a. Mano de Obra Directa (MOD)

Son los sueldos, beneficios y responsabilidades a que den lugar, de la mayoría de los trabajadores de la industria o empresa, cuya actividad se puede identificar o cuantificar directamente con los productos terminados. Es decir los trabajadores prestan directamente sus servicios para la fabricación del producto ya que si no existiera la mano de obra directa no se podría llevar a cabo la producción.

b. Mano de Obra Indirecta (MOI)

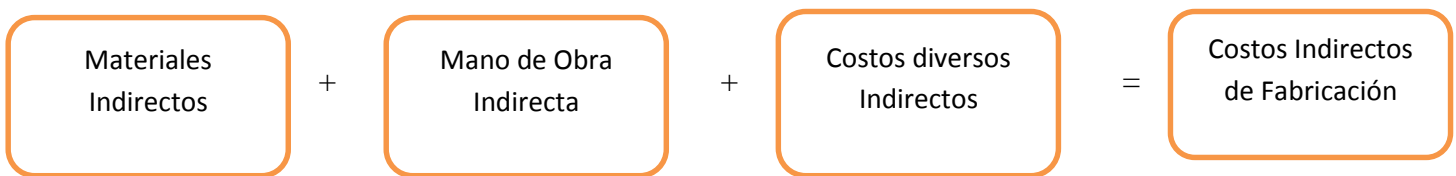
Son los sueldos, beneficios y responsabilidades a que den lugar, de todos los trabajadores de la industria o empresa, cuya actividad no se puede identificar o cuantificar directamente con los productos terminados. Es decir esta mano de obra es secundaria ya que no se puede identificar dentro del producto cuando ya está terminado.

2.3.3.4.3. Costos Indirectos De Fabricación

Para García (2007) También llamados gastos de fabricación, gastos indirectos de fábrica, gastos indirectos de producción, son el conjunto de costos fabriles que intervienen en la transformación de los productos y que no se identifican, no se cuantifican plenamente con la elaboración de partidas específicas de productos, procesos productivos o centros de costos determinados.

Entonces podemos obtener la siguiente igualdad:

Gráfico 6: Fórmula de los CIF



Fuente: Zapata (2007)
Elaborado por: Paulina Portero

2.3.3.5. Metodología de Costos de Producción

Los contadores administrativos utilizan varios tipos básicos de sistemas de costeo para asignar costos a los productos o servicios.

Desde el punto de vista, la producción de cualquier industria asume algunos tipos de sistemas de costos diferentes.

2.3.3.5.1 Costos por Órdenes de Producción

Afirma García (2007)

“Se debe establecer este sistema cuando la producción se realiza mediante procesos o es lotificado, que responda a órdenes e instrucciones concretas y específicas de producir varios artículos de los mismos. Por consiguiente, para controlar cada partida de artículos se requiere de la emisión de una orden de producción en la que se acumulen los tres elementos del costo de producción. Por su parte, el costo unitario de producción se obtiene al dividir el costo total de producción entre el total de unidades producidas de cada orden.”

Según Horngren, Datar, & Rajan (2012) En este sistema, el objeto de costeo es una unidad de varias unidades de un producto o servicio diferenciado, el cual se denomina orden de trabajo. Cada orden de trabajo por lo general, usa diferentes cantidades de recursos. El producto o servicio es con frecuencia una sola unidad, como una máquina de especialidad elaborada.

Gillespei (1981) Afirma que este sistema puede ejecutarse cuando existe un control de la producción a base de las órdenes de trabajo que se reciben. Este sistema, el empleo de costos recibe una copia de cada orden de producción y prepara una hoja de costos para cada una de ellas.

2.3.3.5.2 Costos por Procesos

Afirma García (2007)

“Se desarrolla este sistema cuando la producción se efectúa en forma continua, inacabable, mediante una afluencia frecuente de materiales a los procesos que vayan a someterse a la transformación. La manufactura genera volúmenes de productos similares, a través de una serie de etapas de

producción estos son llamados procesos. Los costos de producción también son aquellos que se acumulan para un periodo determinado por departamento o segmento, procesos o centros de costos. La concesión de costos a un departamento es tan solo una marcha intermedia, pues este tiene como último objetivo determinar el costo unitario total de un bien o servicio.”

Gillespei (1981) Dice que un sistema de costos por órdenes de proceso se emplea en los casos en que no es posible o no es conveniente identificar las sucesivas operaciones a los diversos lotes de producción para los efectos de acumular costos.

Según Horngren, Datar, & Rajan (2012)

“En este sistema, el objeto de costo consiste en grandes cantidades de unidades idénticas o similares de un bien o servicio. Citabank, por ejemplo, ofrece el mismo servicio a todos sus clientes cuando procesa sus depósitos. Intel brinda el mismo producto (por ejemplo, un procesador Pentium4) a cada uno de sus clientes. Todos los consumidores de Minute Maid reciben el mismo jugo de naranja congelado. En cada periodo, los sistemas de costeo por procesos dividen los costos totales por elaborar un producto o servicio idéntico o similar, entre el número total de unidades producidas para obtener un costo por unidad. Este último es el costo unitario promedio que se aplica a cada una de las unidades idénticas o similares elaboradas en ese periodo.”

2.3.3.5.3. Costos de Producción Conjunta

Según García (2007)

“El objetivo de la contabilidad de costos en la producción conjunta es asignar una parte de los costos conjuntos totales

incurridos antes del punto de separación de cada coproducto, de tal forma que puedan determinarse los costos unitarios respectivos. Por lo tanto, es de fundamental importancia métodos que garanticen, hasta donde sea razonable, que esta asignación de costos conjuntos a cada uno de los coproductos sea lo menos arbitraria posible. Por ello, del mismo modo que en el problema del direccionamiento de los cargos indirectos a los diferentes centros de costos, ordenes de producción y procesos, buscamos bases lógicas que sustituyeron la no identificación, de tal forma que los cargos indirectos se reflejarán en los productos terminados.”

2.3.3.6. Clasificación de Costos

Según García (2007) La principal preocupación de un contador de costos es, por supuesto, los costos. Cómo clasifiquemos y acumulemos los costos, depende del uso que se quiera dar a los datos. Por tanto, los contadores hacen una distinción entre diversos tipos de costos.

1.- La función en que se incurre

a) Costos de Producción (costos)

Son los que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos elaborados. Son tres elementos los que integran el costo de producción: la materia prima directa, mano de obra directa y cargos indirectos.

b) Costos de Venta (gastos)

Son los que se incurren en el área que se encarga de comercializar los productos terminados. Por ejemplo: sueldos y prestaciones de los empleados del departamento de ventas.

c) Costos de administración (gastos)

Son los que se originan en el área administrativa; o sea, los de manejo de las operaciones generales de la empresa.

d) Costos financieros (gastos)

Son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento.

2. Su identificación

a) Costos Directos

Son aquellos costos que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados o áreas específicas.

b) Costos Indirectos

Son aquellos costos que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados o áreas específicas.

3. El periodo en que se llevan al estado de resultados:

a) Costos del producto o costos inventariables (costos)

Son aquellos costos que están relacionados con la función de producción. Estos costos se incorporan a los inventarios de: materias primas, producción en procesos y artículos terminados y se reflejan como activo circulante dentro del balance general. Los costos del producto se llevan al estado de resultados, cuando y a medida que los productos elaborados se venden, afectando el reglón costo de los artículos vendidos.

b) Costos del periodo o costos no inventariables (gastos)

Son aquellos costos que se identifican con intervalos de tiempo y no con los productos elaborados. Se relacionan con las funciones de venta y administración: se llevan al estado de resultados en el periodo en el cual se incurren.

4. Comportamiento respecto al volumen de producción o venta de artículos terminados

a) Costos Fijos

Son aquellos costos que permanecen constantes en su magnitud dentro de un periodo determinado, independientemente de los cambios registrados en el volumen de operaciones.

b) Costos Variables

Son aquellos costos cuya magnitud cambia en razón directa al volumen de las operaciones realizadas.

c) Costos semifijos, semivARIABLES o mixtos

Son aquellos costos que tienen elementos tanto fijos como variables.

5. El momento en que se determinan los costos:

a) Costos Históricos

Son aquellos costos que se determinan con posterioridad a la conclusión del periodo de costos.

b) Costos Predeterminados

Son aquellos costos que se determinan con anterioridad al periodo de costos o durante el transcurso del mismo.

2.3.4. Marco conceptual variable dependiente

2.3.4.1. Ventas

Según Ruano (2002) La orientación es clara. Hay que conseguir transformar a todas y cada una de las personas que trabajen en y para la organización en auténticos vendedores, explicitando necesidades ajenas y convincentes revolvedoras de las mismas tanto en lo que se refiere al ámbito interno, como externo a la misma.

(Kotler & Armstrong, 2003) Las ventas adoptan una perspectiva de adentro hacia fuera. El punto de partida es la fábrica, el enfoque es hacia los productos existentes de la empresa y requiere muchas ventas y promoción para obtener ventas rentables ya que se concentra en conquistar al cliente para lograr ventas a corto plazo sin preocuparse mucho por quién compra o por qué lo hace.

2.3.4.2. Análisis y Tácticas de precios

Según Nagle & Holden (1998) La incertidumbre clave incluida en el análisis a las modificaciones de precios reactiva es la pérdida de ventas que sufrirá la empresa si no iguala la disminución de precios del competidor, o la ganancia de ventas que alcanzará si no sigue el aumento de precios de un competidor.

Kotler & Armstrong (2003) Indican que

“Una empresa puede seleccionar uno de los tres enfoques generales de fijación de precios, o una mezcla de ellos: el enfoque basado en el costo, este determina los precios con base en la estructura del costo del que vende, la fijación de precios basado en la competencia aquí trata de fijarse en los precios que están cobrando sus competidores y por último la

fijación de precios de licitación sellada obliga a la empresa a fijar sus precios con base en lo que creé que la competencia cobrará. “

2.3.4.3. Fijación de Precios

Hornsgren Charles; Datar Srikant; Foster George (2007), indican que “la forma en que las compañías establecen el precio de un producto o de un servicio depende en última instancia depende de la demanda y la oferta del mismo. Tres factores que influyen sobre la demanda y la oferta son los clientes, los competidores y los costos.”

Barfield, Raiborn, & Kinney (2006, pág. 807)”El proceso de asignación de los costos de los departamentos de servicios consiste en una serie de pasos que comienzan con una agrupación, seguida primero por una asignación, después una reagrupación y finalmente una reasignación de costos.”

2.3.4.4. Métodos de Fijación

Hornsgren, Datar, & Rajan (2012) La forma en la cual las organizaciones fijan el precio de un producto o servicio depende, en última instancia, de la demanda y la oferta por el mismo. Tres influencias sobre la demanda y la oferta con los clientes, los competidores y los costos.

Pérez (2006) Indica que para fijar los precios, la empresa debe tomar en cuenta estos seis pasos:

“1º Determinar los objetivos de Marketing: El precio forma parte de la táctica global de la entidad o empresa y, en concreto, de la táctica de Marketing, por lo que tiene que estar directamente relacionado con los planes dentro de este departamento.

2º Estimar la demanda: Se debe examinar las posibles cantidades que pueden venderse en los diferentes precios que se vayan estableciendo.

3° Calcular la variación o diferencia de costes en función de los diferentes niveles de producción existentes.

4° Examinar a la competencia: Es importante que se conozca los precios y ofertas de nuestra competencia para poder conocer cuál es nuestro puesto en el mercado con el único objetivo de poder saber cómo se debe actuar frente a estos cambios de la competencia .

5° Determinar el sistema de fijación de precios que va a seguir.

6° Seleccionar el precio final basándose en todos los gastos que se haya incurrido.”

2.3.4.4.1. Basados en los Clientes

Horngren, Datar, & Rajan (2012) Los clientes alteran los precios esto se debe a su poderío sobre la demanda y oferta por un bien o servicio, basándose en fundamentos como los detalles y la propiedad de un producto, las compañías deben examinar las decisiones de fijación de precios a la luz de los ojos de sus clientes y, posteriormente, administrar los costos para obtener una utilidad.

2.3.4.4.2. Basados en los competidores

Horngren, Datar, & Rajan (2012)

“Por lo general ninguna entidad funciona si no hay comerciantes. Las empresas siempre tienen que estar atentos a sus competidores y a las acciones que vayan tomando estos constantemente. Por una parte, cuando los competidores cuentan con productos alternativos están perjudicando de alguna manera la demanda y por consecuencia tienden a disminuir sus precios. En otra parte, una empresa sin un competidor tiene libertad para fijar precios más altos.

Cuando hay competidores las compañías tratan de aprender sobre las tecnologías, las capacidades de la planta y las estrategias operativas de dichos competidores, para estimar los costos de estos, una información valiosa cuando se fijan los precios”.

2.3.4.4.3. Basados en los Costos

Hornngren, Datar, & Rajan (2012)

“Por lo general los costos perjudican los precios porque influyen directamente en la oferta y en la demanda. Pues cuanto más bajo sea el costo por fabricar un artículo, mayor será la cantidad de ese artículo que la empresa esté puesta a aprovisionar. En su gran mayoría, a medida que las empresas aumentan la oferta y la demanda, el costo de fabricar una unidad más primeramente encoge aunque, en última instancia, pueda aumentar notablemente.”

2.3.4.5. Etapas de Fijación

Según Cueva (2002) Tradicionalmente los gerentes han usado un enfoque basado en el costo para fijar los precios de largo plazo. La impresión general para establecer un precio de venta basado en el costo es añadir un margen de utilidad al costo, así:

Costo base	\$ X
Margen de utilidad	<u>Y</u>
Precio de venta posible	<u><u>\$ X+Y</u></u>

En esta forma, el costo más el margen de utilidad es la base del precio propuesto. El tamaño del margen depende del objetivo deseado en cuanto utilidad operativa. Los precios objetivos pueden basarse en una serie de diferentes márgenes, que a su vez dependen de diferentes costos.

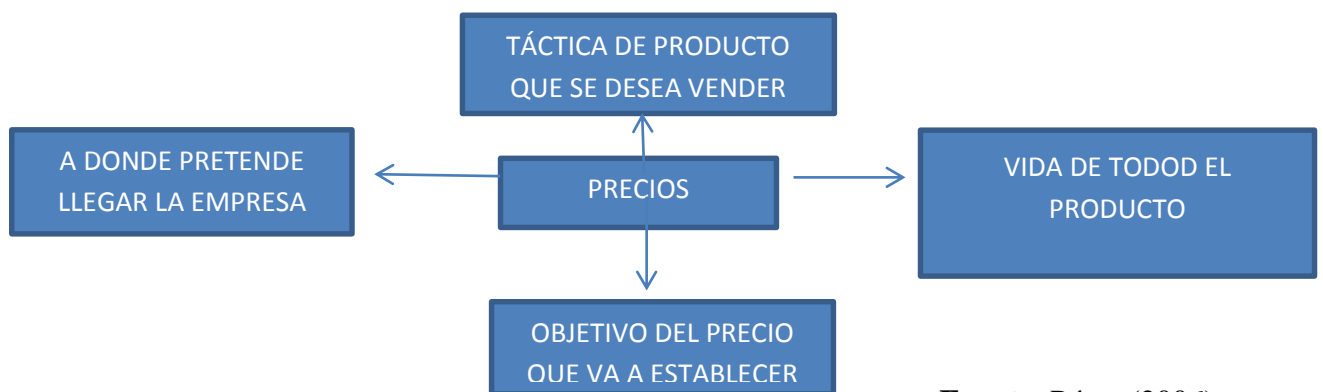
2.3.4.5.1. Fijar un Precio determinado

Según Polimeni, Fabozzi, Adelberg, & Kole (1996)

“Una de las decisiones más difíciles que enfrenta la gerencia es la fijación de precios de los productos de la firma. Sin embargo, no todas las empresas deben tomar una decisión de fijación de precios de algunos elementos, como productos agrícolas, el mercado puede ser tan competitivo que una empresa no puede influir sobre el precio de venta; por el contrario, la firma es una aceptante de precios de mercado. Simplemente éste debe decidir sobre la cantidad que desea vender dada su estrategia de costos.”

Horngren, Datar, & Rajan (2012) Dicen que la determinación de precios es la práctica de cobrar a diferentes clientes distintos precios por el mismo producto o servicio.

Gráfico 7: Esquema del Proceso de Fijación Estratégica del Precio



Fuente: Pérez (2006)

Elaborado por: Paulina Portero

2.3.4.5.2. Seleccionar el Segmento del Trabajo

Pérez (2006) Indica Seleccionar y determinar un segmento del mercado en el que la empresa desea desempeñar sus funciones:

“Elegir una imagen de la empresa que ésta quiera tener frente al mercado; es decir definir el posicionamiento del producto.

Establecer una mezcla de variables de comercialización (Marketing Mix) donde se incluyan todas las que son controlables por la empresa y que afectan al precio (publicidad, promoción, envase, distribución, etc.)

Seleccionar una estrategia de precios con base a lo anterior. Como hemos señalado anteriormente, el precio es un elemento en el que confluyen diferentes aspectos determinantes para la empresa. La imagen, el posicionamiento, la reputación, las alianzas estratégicas de la empresa, etc. son criterios que hay que observar además de la mera obtención de ingresos.

Determinar una política de precios.”

2.3.4.6. Estrategia de Ventas

Pérez (2006) Afirma que

“La función del distribuidor en la venta del producto a veces puede distorsionar el precio final en función de la actuación que éste tenga. Los precios finales al consumidor deben fijarse con base a la retribución de la función del distribuidor más la política establecida de descuentos y bonificaciones establecidas. Son muchas las empresas que realizan este tipo de actuaciones para recompensar altos volúmenes de compra o pagos instantáneos. Evidentemente, este tipo de reducciones afectan al precio y deben realizarse tras un cálculo muy detallado para no encontrarse menos beneficios de los esperados.”

2.3.4.6.1. Para Ingresar en el Mercado

Según Pérez (2006)

“El precio es un elemento fundamental en la comunicación al mercado del posicionamiento que la empresa ha elegido. Si tenemos un producto que hemos decidido posicionar como producto de lujo, el precio tiene que ser necesariamente elevado. De lo contrario, el mercado recibiría un mensaje confuso sobre lo que es realmente nuestro producto, el primer elemento de referencia a la hora de determinar un precio son los costes porque, si vendemos por debajo de lo que nos ha costado el producto, nos dan igual el resto de variables, estamos perdiendo dinero. Pero la imagen del producto no se comunica exclusivamente con un anuncio o una campaña de publicidad, el precio también dice cosas de nuestro producto. Por ese motivo, es necesario tener muy claro qué somos, qué queremos comunicar y qué queremos que el mercado piense de nosotros. Pero esto no sólo ocurre en sectores en los que cabe hablar de lujo. “

Lo importante para poder ingresar en el mercado sin ningún problema es conocer al cliente que se quiere satisfacer e incluso realizar un pre análisis de mercado para saber si es o no oportuno ingresar al mercado con el producto que se vaya a ofertar.

2.3.4.6.2. Incrementar la Clientela

La entidad debe poner en partida sus estrategias de estímulos en dos vías:

Estímulos a la persona que compra para que se decida por el producto (efecto pull)

Estímulos al distribuidor para que dedique más esfuerzos en poner el producto cerca del cliente final (efecto push).

Es necesario que la entidad o empresa siempre ponga en marcha planes que puedan atraer a la clientela ya sea mediante promociones o descuento a los clientes que se

considere que son los más frecuentes ya que estos mismos pueden ayudar a la empresa a atraer más clientela pasando la voz, pues esta es la mejor publicidad que existe dentro del mercado, además es importante que siempre el cliente salga satisfecho de nuestra entidad, de no ser así el caso se debe buscar constantemente como se puede mejorar mediante estudios de mercado, puede ser un poco basándonos en la competencia.

Pues para que una empresa pueda estar en marcha es importante que cuente con una gran cantidad de clientes que puedan aportar grandes ingresos, es así que la empresa siempre debe tratar de realizar promociones de sus productos para que el cliente vuelva.

2.4 HIPÓTESIS

La inadecuada determinación de costos afecta en la fijación de precios en las empresas que conforman la Asociación de Productores de Calzado y Afines CALZAFINCE del cantón Cevallos.

2.4.1 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES DE LA HIPÓTESIS

- Variable Independiente: Sistema de Costos
 - Variable Dependiente: Fijación de Precios
 - Unidad de Observación: ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CALZADO Y AFINES CALZAFINCE” del cantón Cevallos
- Términos de relación: La, inadecuada, afecta.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DEL DIAGNÓSTICO

3.1 Enfoque

El presente proyecto de investigación se basa en un enfoque mixto, este nos permitió resolver los datos para llegar a los resultados que se espera de una manera más precisa, así lo considera Lara (2013) “El enfoque mixto es una combinación de los métodos cuantitativo y cualitativo, debido a que recolecta, analiza y vincula datos de los dos métodos, para dar respuesta al planteamiento del problema”.

En si el enfoque mixto es una visión emergente para la construcción de conocimientos científicos, de acuerdo con Pérez (2004) “El enfoque mixto pretende integrar y contrastar los datos recogidos mediante encuestas por los responsables del programa al finalizar cada actividad que se ha entregado para su análisis y valoración”

3.2 Modalidad Básica de la Investigación

3.2.1 Investigación Bibliográfica:

Investigación Bibliográfica ya que nos permite explorar, analizar acerca de los sistemas de costos y la fijación de precios de los diferentes productos, con la intención de conocer más a fondo las aportaciones científicas de lo sucedido e instaurar relaciones, diversificaciones o el estado actual de la comprensión en relación al problema de proyecto de investigación mediante la lectura de libros, informes técnicos, revistas científicas, y tesis de grados acorde al análisis propuesto. Siempre es importante que la investigación bibliográfica se enfoque a las variables del problema.

3.2.2 Investigación de campo:

De campo porque permite un estudio sistemático de los hechos en la Asociación de Productores de Calzado y Afines Calzafince del cantón Cevallos fabricantes de calzado.

Según Muñoz (1998) cuenta que la investigación de campo está dada de la siguiente manera como se relata a continuación

“En la elaboración de trabajos de este tipo, tanto el levantamiento de información como el análisis, comprobaciones, aplicaciones prácticas, conocimientos y métodos utilizados para obtener conclusiones, se realizan en el medio en el que se desenvuelve el fenómeno o hecho de estudio.

La presentación de resultados se complementa con un breve análisis documental. En estas investigaciones el trabajo se efectúa directamente en el campo y solo se utiliza un estudio de carácter documental para avalar o completar los resultados”

3.3 Tipos de Investigación

3.3.1 Investigación Exploratoria

Según Flores & Zepeda (2007) la Investigación Explorativa “Se realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplifica abrir líneas de investigación y proceder a su consecuente comprobación.”

Afirma también Baena (2009) “El objetivo de una investigación exploratoria es hallar nuevas ideas o relaciones, siendo la flexibilidad y la ingeniosidad la característica de esta investigación.”

Es decir se establece que la investigación exploratoria ayuda dentro del presente proyecto de investigación ya que tiene como objetivo principal inmiscuirse, buscando nuevas ideas que ayuden al correcto desarrollo, por otra parte mediante la técnica de la observación se pudo obtener información a acerca de los problemas que existen dentro de la Asociación de Productores de Calzado y Afines Calzafince.

3.3.2 Investigación Descriptiva

Según Tamayo (2004) “Comprende la descripción, registro y análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos.

La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta.”

En palabras de Ruiz (2010) afirma que “La investigación descriptiva tiene como objetivo primordial la descripción de la realidad, siendo sus principales métodos de recogida de información la encuesta e incluso la observación “

En las empresas que conforman la asociación de Productores de Calzado y Afines Calzafince se trabaja con esta investigación ya que tiene como objetivo relatar el problema como es y como este se manifiesta.

3.4 Población y Muestra

3.4.1. Población

En la presente investigación, con respecto a la población y muestra; la asociación de Productores Artesanos de Calzado y Afines Calzafince de Cevallos productores y comercializadores de calzado, cuenta con 15 socios siendo presidente el señor Cesar Alberto Rovalino Rovalino, además está conformado por el Sr. Administrador, el Sr. Contador y las 3 Vendedores. Por la descripción anterior el investigador ha tomado la decisión de encuestar al total de la población, dado que es una población finita. A

continuación se presenta la lista de los socios y empleados que conforman CALZAFINCE.

Tabla 1: Nómina oficial de los socios y empleados de asociación “CALZAFINCE”

FÁBRICA	PRODUCTOR
CALZAFINCE	Asociación
CREACIONES MABELIZ	Edgar Ernesto Paredes Ramírez
JANMART SPORT	Cristian Geovanny Martínez López
D`MAYCOL	Miguel Ángel Urrutia López
CREACIONES CRISTOPHER	Edin Walberto Ortiz Navarrete
CALZADO FRANCI`S	Franklin Rigoberto Espinoza Navas
CREACIONES GUSMAR	Raúl Gustavo Martínez Guerrero
JOSHEP`S MARC	Marco Vinicio Tituaña Aguaguña
CRAYZY DANNY`S	Teresa de Jesús Ricachi Palacios
CREACIONES BRAYAN	Rafael Filadelfo Ortiz Navarrete
CALZADO JHON-RY	Silvio Heriberto Ricachi Palacios
CALZADO LUIFER	Luis Rodrigo López Guevara
CALZADO FE LOX	Edmundo Trajano López Guevara
CALZADO RODYY`S	Héctor Rodrigo Espinoza Frías
ATAPASHO`S	Cesar Alberto Rovalino Rovalino

Fuente: Investigación de campo. Estatutos y Nómina de la asociación.

Elaborador por: Paulina Portero

3.4.2. Cálculo de la Muestra

Según Martel & Díez (1997) La muestra es un subconjunto de individuos pertenecientes a una población, y representativos de la misma. Existen diversas formas de obtención de la muestra en función del análisis que se pretendan efectuar.

En caso de que la población sea pequeña, es decir, sea una población finita no será necesario el cálculo de la muestra ya que la población finita es el conjunto compuesto por una cantidad limitada de elementos.

En el presente trabajo investigativo no se requiere del cálculo de la muestra, ya que la población de estudio es finita y la investigación se alcanza a realizar a toda la población, de la misma forma se cuenta con todos los recursos necesarios y suficientes para que se realice el estudio a la generalidad de los sujetos investigados.

3.5. Operacionalización de Variables

3.5.1 Variable Independiente: Sistema de Costos

Tabla 2: Operacionalización Variable Independiente

CONCEPTO	CATEGORIA O DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEM'S	TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS
<p>Sistema de Costo.- Son conjuntos de técnicas, criterios y ordenamientos, que manejan la proyección, valor y observaciones del costo, que tiene como finalidad de establecer los costos de un producto o servicio</p>	Costos de Producción	- Control de Costos	<p>¿Su empresa tiene un control adecuado de costos de producción?</p> <p>¿Cómo se establece los costos de producción en su empresa?</p> <p>¿Qué sistema de costos utiliza en la fabricación del calzado?</p> <p>¿Cree usted que es necesario un diseño de un sistema</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario A quien: Socios de la asociación Calzafince.</p> <p>Anexo: N°1</p>

	Elementos del costo	- Materia Prima	<p>de costos por proceso, para determinar el costo real de producción?</p> <p>¿Qué documentos contables utiliza para sustentar la solicitud de materia prima a bodega?</p> <p>¿Cada cuánto se hace una revisión de materia prima?</p> <p>¿Qué tipo de método de valoración se utiliza al momento de registrar la entrada y salida de materia prima?</p> <p>¿En base a que se realiza</p>	
--	---------------------	-----------------	--	--

		-Mano de obra	<p>el pago a la Mano de Obra?</p> <p>¿Los trabajadores de la empresa son motivados por alcanzar la productividad deseada?</p>	
		-Costos Indirectos de Fabricación	<p>¿Cuál de estos costos usted considera como costos indirectos de fabricación?</p>	

Fuente: Marco Teórico
Elaborado por: Paulina Portero

3.5.2. Variable Dependiente: Fijación de Precios

Tabla 3: Operacionalización Variable Dependiente

CONCEPTO	CATEGORIA O DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEM'S	TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS
<p>Fijación de precios.- Es el valor que se le asigna al bien o servicio que se va a vender. Para determinar cuál será el precio o los precios de nuestros productos podemos usar dos métodos: el método de costos, o el método de promedio de mercado.</p>	Precio	<p>- Procedimiento</p> <p>-Precio de Venta</p>	<p>¿Utiliza un Procedimiento para la fijación de precios?</p> <p>¿Para establecer el precio de venta de cada producto se considera el costo de producción, los gastos y la utilidad establecida?</p> <p>¿En que se basa para determinar la fijación de precios en su empresa?</p> <p>¿Cuál de los siguientes métodos de fijación de precios sería el más</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario A quien: Socios de la asociación Calzafince.</p> <p>Anexo N° 1</p>

	Ventas	Ventas	<p>adecuado en su empresa?</p> <p>¿Cuál de estas etapas ocupa para la fijación de precios en estos productos?</p> <p>¿Cree usted que es necesario proponer un diseño de un sistema de costos por proceso, para determinar el costo real de producción?</p>	
--	--------	--------	--	--

Fuente: Marco Teórico
Elaborado por: Paulina Portero

3.6 Recolección de Datos

Rodríguez (2005) Afirma que la recolección de datos es la parte operativa del diseño investigativo; hace relación al procedimiento, condiciones y recolección de los datos. Es vital señalar la totalidad de los instrumentos que se usarán, así como sus formatos, según sea el caso. Deberán ser estructurados de acuerdo al tipo de investigación adoptado y cumplir los requisitos fundamentales de validez y confiabilidad. Dentro de los instrumentos más usados se encuentra el cuestionario, la encuesta y entrevista.

Plan de Recolección de la Información

Tabla 4: Recolección de la Información

Preguntas Básicas	Explicación
1.- ¿Para qué?	Para verificar la hipótesis “Los sistemas de costos influyen en la fijación de precios”
2.- ¿De qué personas u objetos?	asociación de Productores Artesanos de Calzado y Afines Calzafince
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Sistema de costos y fijación de precios
4.- ¿Quién? o ¿Quiénes?	Investigador: Paulina Mercedes Portero Valle
5.- ¿A quiénes?	Gerente, Personal de Contabilidad, Personal de Producción, Personal de Ventas
6.- ¿Cuándo?	Octubre 2016 a Abril 2017
7.- ¿Dónde?	Oficina del Gerente Propietario, Departamento de Producción y Ventas.
8.- ¿Cuántas veces?	15 Encuestas

9.- ¿Cómo? – ¿Qué técnica de recolección?	Encuestas Cuestionarios
10.- ¿Con qué?	Recursos Propios

Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Calzafince

3.7 Procesamiento y Análisis

3.7.1 Plan de Procesamiento de la información

Según Cavaller, Vila, Candela, & Mercé (2014)

“La investigación de mercados recoge información de dos tipos de fuentes: secundarias y primarias, según se trate de información existente con anterioridad a la investigación o información recogida expresamente para resolver el problema de investigación planteado.

La información secundaria, la ya existente con anterioridad, puede proceder de distintas fuentes: datos públicos como son las bases de datos libres; proveedores de investigación como los datos sobre audiencias que venden algunos o departamentos de la misma organización que encarga el estudio que puedan adoptar datos de interés como puede ser el histórico de precios de un determinado producto.

Mientras que la información primaria es aquella que recoge de primera mano para resolver el problema de investigación planteado. Existen muchas y varias técnicas de recogida de información, para la recogida de información primaria es preciso determinar el universo de estudio.”

Para la elaboración de las variables de la hipótesis que se propuso, se realizó una encuesta dirigida a los socios de las empresas que conforman la asociación Calzafince

Con el fin de obtener más precisión en el análisis de datos arrojados en la aplicación de la herramienta investigativa citada anteriormente, se eligió realizar las respectivas representaciones gráficas con la ayuda de la herramienta informática Microsoft Excel con el siguiente formato:

3.7.2 Plan de Análisis e Interpretación de Resultados

El análisis e interpretación de resultados como lo menciona (Cavaller, Vila, Candela, & Mercé, 2014)

“Una vez realizado el trabajo de campo de acuerdo con el plan de recogida de información se procede al procesamiento, análisis e interpretación de resultados. El primer paso es registrar y transcribir la información recogida de forma que facilite el análisis. A menudo, especialmente cuando los datos son de tipo cuantitativo, este proceso implica codificar las respuestas para su tratamiento estadístico y tabular los resultados para disponer de los datos en una forma ordenada.

Los esfuerzos por sintetizar los resultados de la investigación redundan en una más fácil interpretación en base a las preguntas de investigación planteadas en la propuesta.”

Análisis de los resultados estadísticos. Mediante el gráfico estadístico se podrá destacar las tendencias fundamentales de las variables con respecto a los objetivos e hipótesis.

Interpretación de los resultados del trabajo de investigación. Para la interpretación de los resultados lo que haremos es fijarnos y apoyarnos del marco teórico.

Comprobación y Verificación de hipótesis. Para la comprobación de la hipótesis manejaremos la fórmula de t de student ya que la población es pequeña la cual permitirá analizar de una mejor forma los resultados a través de una encuesta que se aplicará a las empresas que conforman la asociación Calzafince.

Formulación de conclusiones y recomendaciones. Se determinaran basándonos en los objetivos que se han establecido en el trabajo investigativo.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. PRINCIPALES RESULTADOS

Una vez ya terminadas las encuestas que han sido realizadas directamente al personal involucrado quienes conforman la población objeto de estudio, se muestra los resultados alcanzados de la investigación de campo relacionada con sistema de costos y fijación de precios.

Análisis de la encuesta realizada al Personal de la Asociación de Productores de Calzado y Afines Calzafince.

4.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

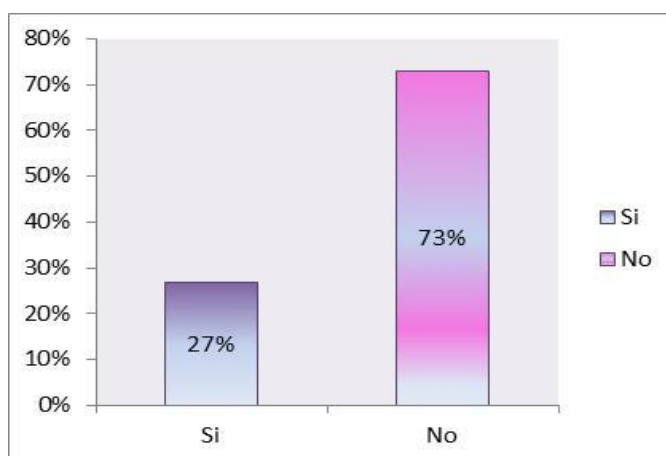
1) ¿Su empresa tiene un control adecuado de costos de producción?

Tabla 5: Control de Costo de Producción

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Si	4	27%
No	11	73%
Total	15	100%

Elaborado por: Paulina Portero
Fuente: Encuestas Realizadas

Gráfico 8: Control de Costo de Producción



Elaborado por: Paulina Portero
Fuente: Encuestas Realizadas

Análisis

El 27% de los dueños de las empresas de calzado tienen un control adecuado de los costos de producción mientras que el 73% no conoce como tener un control de costos de producción.

Interpretación

Se determina que la mayoría de socios no cuentan con un adecuado sistema de costos de producción, solamente son llevados mediante libros de Excel que no ayudan en su totalidad a conocer el verdadero costo dentro de la producción de calzado.

2) ¿Cómo se establece los costos de producción en su empresa?

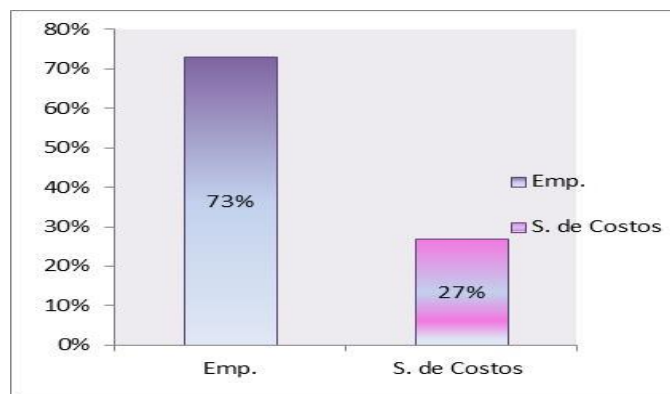
Tabla 6: Costos de producción

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Empíricamente	11	73%
Sistema de Costos	4	27%
Total	15	100%

Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Encuestas Realizadas

Gráfico 9: Costos de producción



Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Encuestas Realizadas

Análisis

El 73% de las empresas que conforman la asociación “Calzafince” no conoce como establecer los costos de producción en sus empresas pues los costos son establecidos empíricamente y el 27% establece los costos de producción mediante un sistema de costos.

Interpretación

Se identifica que la mayoría de miembros que conforman la asociación no cuentan con ningún tipo de sistema, ya que sus costos son establecidos empíricamente, en vista que no tienen ningún tipo de conocimiento sobre el cálculo de costos.

3) ¿Qué sistema de costos utiliza en la fabricación del calzado?

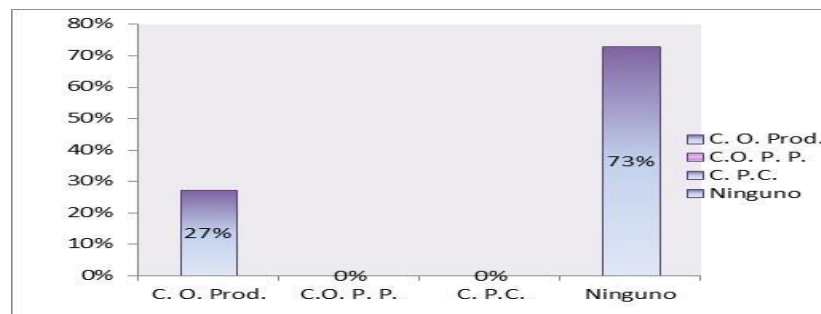
Tabla 7: Sistema de Costos en la fabricación del calzado

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Costos O.P.	4	27%
Costos P.P.	0	0%
Costos P.C.	0	0%
Ninguno	11	73%
Total	15	100%

Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Encuestas Realizadas

Gráfico 10: Sistema de Costos en la fabricación del calzado



Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Encuestas Realizadas

Análisis

El 73% de las empresas que conforma la asociación “Calzafince” no utiliza ningún sistema de costos en la fabricación de calzado mientras que el 27% respondió que utiliza un sistema de costos por órdenes de producción.

Interpretación

Una gran parte de los socios que conforman la asociación simplemente llevan registros en Excel que les ayuda a establecer un costo estimado para su producción de calzado, es importante que se establezca un sistema de costos ya que se pudo notar que hay una gran diferencia entre el costo real y el costo que se establece empíricamente.

4) ¿Qué documentos contables utiliza para sustentar la solicitud de materia prima a bodega?

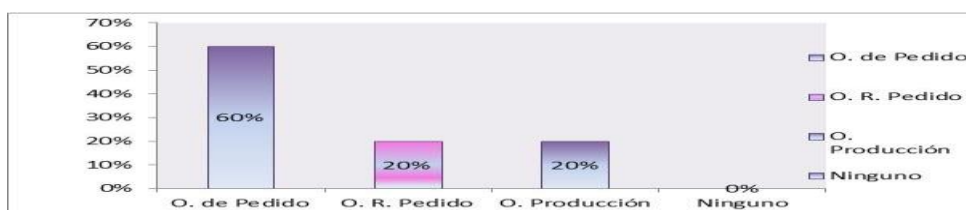
Tabla 8: Documentos Contables

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa
O. de Pedido	9	60%
O. R. Pedido	3	20%
O. Producción	3	20%
Ninguno	0	0%
Total	15	100%

Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Encuestas Realizadas

Gráfico 11: Documentos Contables



Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Encuestas Realizadas

Análisis

El 60% de las empresas que conforman la asociación “Calzafince” utilizan orden de pedido para sustentar la solicitud de materia prima a bodega, el 20% utiliza orden de requisición de materiales, el 20% utiliza orden de producción.

Interpretación

Al realizar pedidos de materia prima la mayoría de socios de la asociación lo realizan mediante orden de pedido pues señalan que este documento se les hace más manejable a diferencia de los otros mencionados, además la mayoría de sus proveedores solamente cuentan con este tipo de documento.

5) ¿Cada cuánto se realiza una revisión de materia prima?

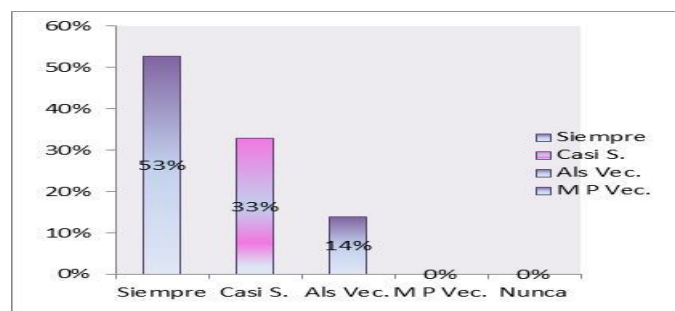
Tabla 9: Revisión de Materia Prima

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Siempre	8	53%
Casi Siempre	5	33%
Algunas Veces	2	14%
Muy Pocas V	0	0%
Nunca	0	0%
Total	15	100%

Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Encuestas Realizadas

Gráfico 12: Revisión de Materia Prima



Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Encuestas Realizadas

Análisis

El 53% de las empresas que conforman la asociación “Calzafince” realizan siempre una revisión de materia prima, el 33% realiza una revisión casi siempre y el 14% realiza una revisión algunas veces.

Interpretación

Con frecuencia las empresas realizan una revisión de materia prima pues consideran importante que siempre deben contar con los materiales necesarios en bodega para que su producción no quede estancada, estas revisiones constantes evitan pérdidas de tiempo y de producción.

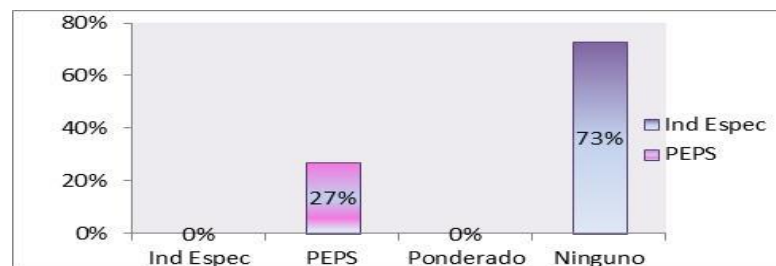
6) ¿Qué tipo de método de valoración se utiliza al momento de registrar la entrada y salida de materia prima?

Tabla 10: Método de Valoración

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Ind. Espec.	0	0%
PEPS	4	27%
Ponderado	0	0%
Ninguno	11	73%
Total	15	100%

Elaborado por: Paulina Portero
Fuente: Encuestas Realizadas

Gráfico 13: Método de Valoración



Elaborado por: Paulina Portero
Fuente: Encuestas Realizadas

Análisis

El 73% de las empresas que conforman la asociación “Calzafince” no utilizan un método de valoración al momento de registrar la entrada y salida de la materia prima y el 27 % utiliza el método PEPS.

Interpretación

Se considera importante utilizar un método de valoración para tener en cuenta la entrada y salida de materia prima, reduce la probabilidad que los errores, sean intencionados o involuntarios, además ayuda a prevenir que sin motivo alguno se pierda los materiales en la producción, aun así los resultados indican que los socios en sus empresas no utilizan en su mayoría ningún método de valoración.

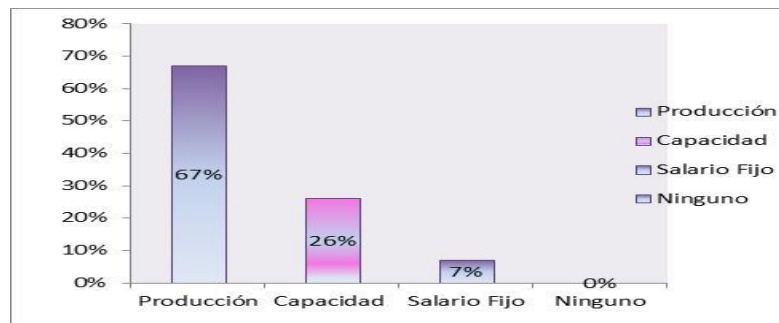
7) ¿En base a qué se realiza el pago a la Mano de Obra?

Tabla 11: Pago Mano de Obra

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Producción	10	67%
Capacidad	4	26%
Salario Fijo	1	7%
Ninguno	0	0%
Total	15	100%

Elaborado por: Paulina Portero
Fuente: Encuestas Realizadas

Gráfico 14: Pago Mano de Obra



Elaborado por: Paulina Portero
Fuente: Encuestas Realizadas

Análisis

El 67% de las empresas que conforman la asociación “Calzafince” realiza el pago a la mano de obra en base a la producción, el 27% lo realizan en base a la capacidad y el 7% lo realiza en base a un salario fijo.

Interpretación

Se obtiene mayor rendimiento cuando el pago de la mano de obra se lo realiza según la producción de cada obrero pues mientras más producen más dinero obtienen, es por eso que la mayoría de socios han decidido realizar sus pagos en base a la producción pues han obtenido mejores resultados con sus obreros.

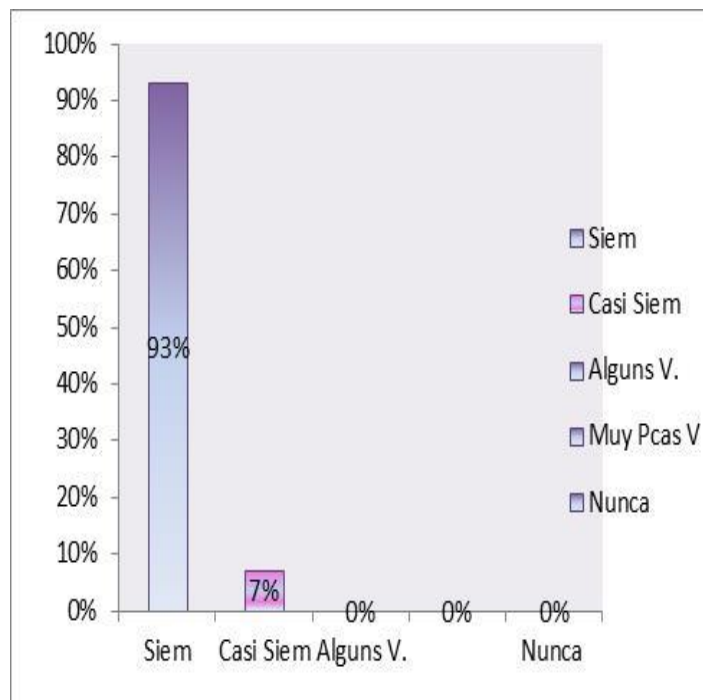
8) ¿Los trabajadores de la empresa son motivados por alcanzar la productividad deseada?

Tabla 12: Motivación de Empleados

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Siempre	14	93%
Casi Siempre	1	7%
Algunas V.	0	0%
Muy Pocas V	0	0%
Nunca		0%
Total	15	100%

Elaborado por: Paulina Portero
Fuente: Encuestas Realizadas

Gráfico 15: Motivación de Empleados



Elaborado por: Paulina Portero
Fuente: Encuestas Realizadas

Análisis

El 93% de las empresas que conforman la asociación “Calzafince” siempre motivan a sus empleados para que aumenten su productividad y el 7% de las empresas motivan casis siempre.

Interpretación

En su mayoría siempre son motivados los empleados pues señalan que se desempeñan mejor cuando sus jefes les motivan, con esto se trata de que la producción siempre sea la esperada y así puedan satisfacer los pedidos de sus clientes.

9) ¿Cuál de estos costos usted considera como costos indirectos de fabricación?

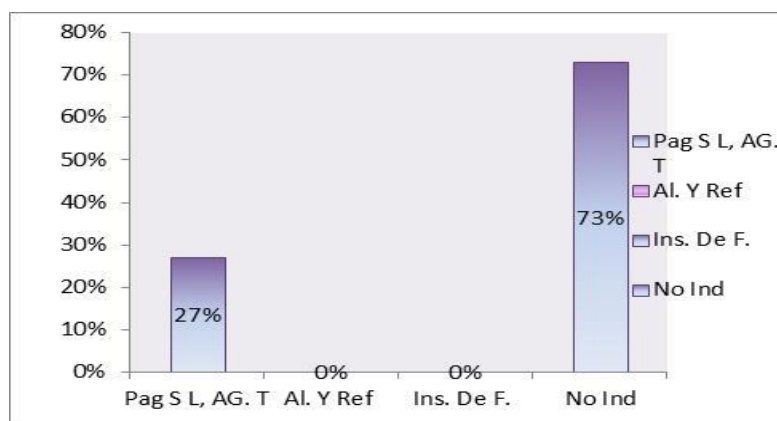
Tabla 13: Costos Indirectos de Fabricación

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Servicios Básicos	4	27%
Alimentación	0	0%
Ins. de Fábrica	0	0%
No Ind	11	73%
Total	15	100%

Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Encuestas Realizadas

Gráfico 16: Costos Indirectos de Fabricación



Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Encuestas Realizadas

Análisis

El 73% de las empresas que conforman la asociación “Calzafince” no identifica los costos indirectos de fabricación del calzado y el 27% de las empresas si identifica los costos indirectos de fabricación en el calzado.

Interpretación

Por lo general no se conoce como identificar los costos indirectos de fabricación en el producto, por lo que no se pueden clasificar en fijos y en variables, pero es necesario que sean establecidos dentro del producto para establecer un costo real.

10) ¿Utiliza un procedimiento para la fijación de precios?

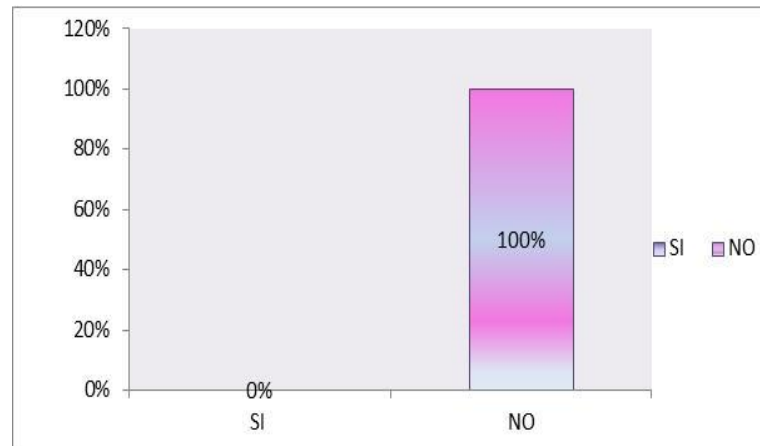
Tabla 14: Procedimiento para la fijación de precios

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	0	0%	0%
No	15	100%	100%
Total	15	100%	

Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Encuestas Realizadas

Gráfico 17: Procedimiento para la fijación de precios



Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Encuestas Realizadas

Análisis

El 100% de las empresas que conforman la asociación “Calzafince” no utilizan ningún procedimiento para la fijación de precios

Interpretación

Afirman que no se realiza ningún procedimiento para la fijación de precios pues solamente se realiza empíricamente en base a precios del mercado, se basan mucho en la demanda y en la competencia pero no se establecen precios reales.

11) ¿Para establecer el precio de venta de cada producto se considera el costo de producción, los gastos y la utilidad establecida?

Tabla 15: Establecer el Precio de Venta

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Siempre	0	0%
Casi Siempre	0	0%
Algunas Veces	0	0%
Muy P Veces	0	0%
Nunca	15	15%
Total	15	100%

Elaborado por: Paulina Portero
Fuente: Encuestas Realizadas

Gráfico 18: Establecer el Precio de Venta



Elaborado por: Paulina Portero
Fuente: Encuestas Realizadas

Análisis

El 100% de los socios que conforman la asociación “Calzafince” nunca consideran estos aspectos para establecer el precio de venta.

Interpretación

En su totalidad los socios no consideran ciertos gastos y mucho menos la utilidad para establecer el precio de venta ya que se desconoce el proceso a seguir para establecer un precio fijo y real.

12) ¿En qué se basa para determinar la fijación de precios en su empresa?

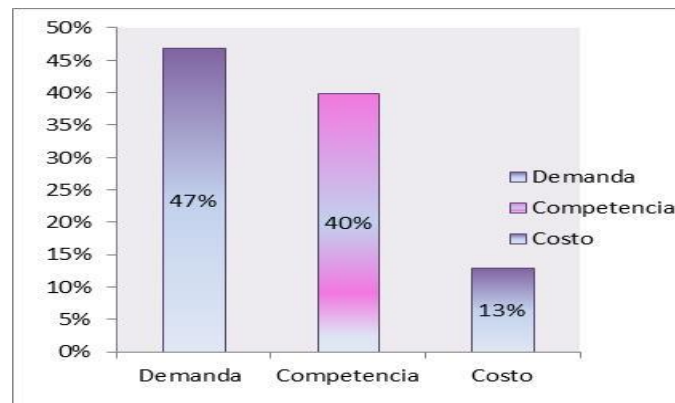
Tabla 16: Determinar la Fijación de Precios

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Demanda	7	47%
Competencia	6	40%
Costo	2	13%
Total	15	100%

Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Encuestas Realizadas

Gráfico 19: Determinar la Fijación de Precios



Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Encuestas Realizadas

Análisis

El 47 % de las empresas que conforman la asociación “Calzafince” se basan en la demanda para determinar la fijación de precios, el 40% se basa en la competencia y el 13% se basa en el costo para determinar la fijación de precios en sus productos.

Interpretación

Se realiza un estudio de mercado simple ya que la mayor parte se fija en la demanda y en la competencia para establecer y fijar los precios de sus productos.

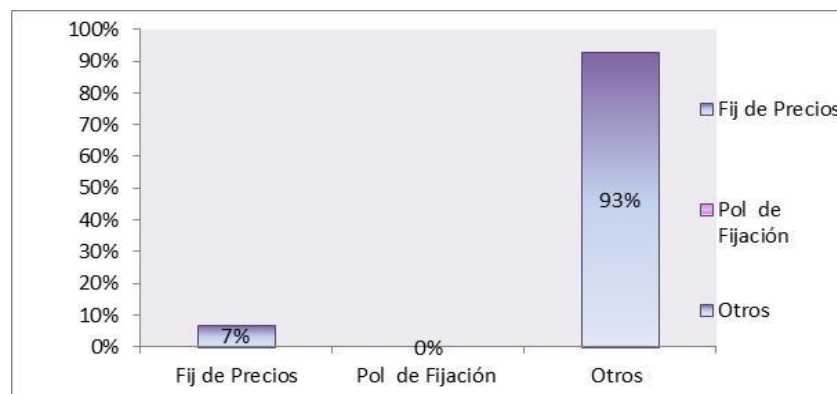
13) ¿Cuál de los siguientes métodos de fijación de precios sería el más adecuado en su empresa?

Tabla 17: Método de Fijación de Precios

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Fij de Precios	1	7%
Pol de Fijación	0	0%
Otros	14	93%
Total	15	100%

Elaborado por: Paulina Portero
Fuente: Encuestas Realizadas

Gráfico 20: Método de Fijación de Precios



Elaborado por: Paulina Portero
Fuente: Encuestas Realizadas

Análisis

El 7% usa políticas de fijación de precios mientras que el 93% de las empresas usan políticas de fijación.

Interpretación

La mayoría de socios tienen otras formas de establecer sus precios, ya que establecen de acuerdo a lo que convenga a su empresa, tratando de obtener la mayor rentabilidad posible en sus ventas.

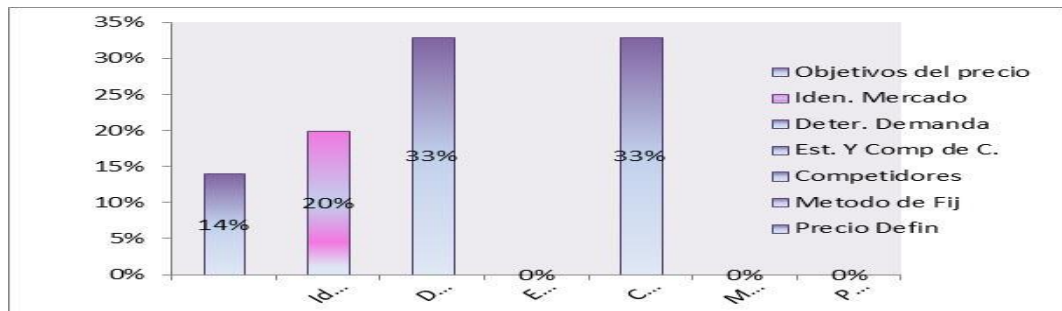
14) ¿Cuál de estas etapas ocupa para la fijación de precios en estos productos?

Tabla 18: Etapas de Fijación de Precios

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Objetivos del precio	2	14%
Iden. Mercado	3	20%
Deter. Oferta	5	33%
Est. Y Comp de C.	0	0%
Competidores	5	33%
Método de Fij	0	0%
Precio Definitivo	0	0%
Total	15	100%

Elaborado por: Paulina Portero
Fuente: Encuestas Realizadas

Gráfico 21: Etapas de Fijación de Precios



Elaborado por: Paulina Portero
Fuente: Encuestas Realizadas

Análisis

El 14 % de las empresas que conforman la asociación “Calzafince” utilizan la etapa de selección de los objetivos del precio para la fijación de precios, el 20% utiliza la etapa de identificación de mercado, el 33 utiliza la etapa de determinación de la demanda, el otro 33% utiliza el método de análisis de los costos.

Interpretación

Para realizar la fijación de precios en los productos es necesario que se sigan ciertas etapas para una fijación real de precios, además es importante que cada fabricante conozca que etapa es la más importante a seguir para evitar ciertos errores al momento de tomar decisiones y así poder establecer un precio que convenga para que salga el producto al mercado, pese a esto los socios de la asociación Calzafince no siguen las etapas correctas pues tienen desconocimiento del procedimiento que existe, por lo que solamente se fijan en la demanda y en la competencia lo que simplemente logran con esto es establecer precios empíricamente.

15) ¿Cree usted que es necesario proponer un diseño de un sistema de costos por proceso, para determinar el costo real de producción?

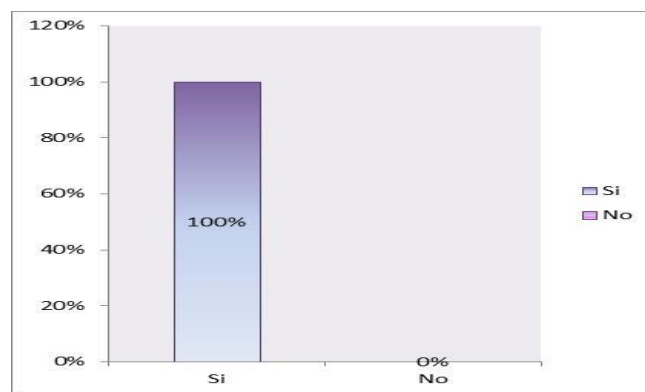
Tabla 19: Diseñar un Sistema de Costos por Procesos

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	15	100%	100%
No	0	0%	0%
Total	15	100%	

Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Encuestas Realizadas

Gráfico 22: Diseñar un Sistema de Costos por Procesos



Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Encuestas Realizadas

Análisis

El 100% de las empresas que conforman la asociación “Calzafince” señalan que es importante que se proponga un diseño de sistema de costos por procesos.

Interpretación

Todos los socios están de acuerdo que se proponga un diseño de un sistema de costos por procesos, pues opinan que es importante contar con un sistema que les ayude a determinar el costo real de la producción, así saber exactamente a que precio se debe vender cada producto y generar ganancias.

4.3. MATRIZ DE ANÁLISIS DE OBJETIVOS

Tabla 20: Indicadores para comprobar el objetivo

Analizar el manejo y control de costos con el fin de verificar si es correcta su aplicación.

Indicadores	Si	No	Interpretación	
Control de Costos	27%	73%	Se determina que la mayoría de socios no cuentan con un adecuado sistema de costos de producción, solamente son llevados mediante libros de Excel que no ayudan en su totalidad a conocer el verdadero costo dentro de la producción de calzado.	El 73% de los socios no lleva ningún tipo de sistema de costo mientras que el 27% lleva un sistema de costo
Calculo de Costos	27%	73%	Se identifica que la mayoría de miembros que conforman la asociación no cuentan con ningún tipo de sistema, ya que sus costos son establecidos empíricamente, en vista que no tiene ningún tipo de conocimiento sobre el cálculo de costos.	El 73% de los socios establecen sus costos empíricamente mientras que el 27% lleva sus costos con un sistema de costos

<p>Sistema de Costos</p>	<p>27%</p>	<p>73%</p>	<p>Una gran parte de los socios que conforman la asociación simplemente llevan registros en Excel que les ayuda a establecer un costo estimado para su producción de calzado, es importante que se establezca un sistema de costos ya que se pudo notar que hay una gran diferencia entre el costo real y el costo que se establece empíricamente.</p>	<p>El 27% de los socios utiliza el sistema de costos por órdenes de producción, el 73% no utiliza ningún sistema de costos</p>
<p>Control Materia Prima</p>	<p>100%</p>	<p>0%</p>	<p>Al realizar pedidos de materia prima la mayoría de socios de la asociación lo realizan mediante orden de pedido pues señalan que este documento se les hace más manejable a diferencia de los otros mencionados, además la mayoría de sus proveedores solamente cuentan con este tipo de documento.</p>	<p>El 60% de las empresas que conforman la asociación “Calzafince” utilizan orden de pedido para sustentar la solicitud de materia prima a bodega, el 20% utiliza orden de requisición de materiales, el 20% utiliza orden de producción.</p>

<p>Revisión Materia Prima</p>	<p>100%</p>	<p>0%</p>	<p>Con frecuencia las empresas realizan una revisión de materia prima pues consideran importante que siempre deben contar con los materiales necesarios en bodega para que su producción no quede estancada, estas revisiones constantes evitan pérdidas de tiempo y de producción.</p>	<p>El 53% de las empresas que conforman la asociación “Calzafince” realizan siempre una revisión de materia prima, el 33% realiza una revisión casi siempre y el 14% realiza una revisión algunas veces.</p>
<p>Pago mano de Obra</p>	<p>100%</p>	<p>0%</p>	<p>Se obtiene mayor rendimiento cuando el pago de la mano de obra se lo realiza según la producción de cada obrero pues mientras más producen más dinero obtienen, es por eso que la mayoría de socios han decidido realizar sus pagos en base a la producción pues han obtenido mejores resultados con sus obreros.</p>	<p>El 67% de las empresas que conforman la asociación “Calzafince” realiza el pago a la mano de obra en base a la producción, el 27% lo realizan en base a la capacidad y el 7% lo realiza en base a un salario fijo.</p>

Costos Indirectos de Fabricación	27%	73%	Por lo general no se conoce como identificar los costos indirectos de fabricación en el producto, por lo que no se pueden clasificar en fijos y en variables, pero es necesario que sean establecidos dentro del producto para establecer un costo real.	El 73% de las empresas que conforman la asociación “Calzafince” no identifica los costos indirectos de fabricación del calzado y el 27% de las empresas si identifica los costos indirectos de fabricación en el calzado.
----------------------------------	-----	-----	--	---

Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Análisis de Resultados

Se determina mediante una encuesta realizada a los socios de Calzafince que no cuentan con un adecuado control de costos ya que no tienen un sistema de costos para conocer el costo real de su producción provocando así inconvenientes al momento de querer conocer si se obtiene una pérdida o ganancia real en su producción de calzado, esto ocurre porque no tienen los conocimientos adecuados, pues desconocen como identificar ciertos costos dentro del producto lo que provoca irregularidades en la producción.

Tabla 21: Indicadores para comprobar el objetivo

Identificar el procedimiento actual en la fijación de precios con la finalidad de establecer que factores influyen en el precio del calzado.

Indicadores	Si	No	Interpretacion	
Procedimiento para la Fijacion de Precio	0%	100%	Afirman que no se realiza ningún procedimiento para la fijación de precios pues solamente se realiza empíricamente en base a precios del mercado, se basan mucho en la demanda y en la competencia pero no se establecen precios reales.	El 100% de las empresas que conforman la asociación "Calzafince" no utilizan ningún procedimiento para la fijación de precios
Costo real de produccion para fijar el precio de venta	0%	100%	En su totalidad los socios no consideran ciertos gastos y mucho menos la utilidad para establecer el precio de venta ya que se desconoce el proceso a seguir para establecer un precio fijo y real.	El 100% de los socios que conforman la asociación "Calzafince" nunca consideran el costo de producción, los gastos y la utilidad esperada para establecer el precio de venta
Fijacion de precios	100%	0%	Se realiza un estudio de mercado simple ya que la mayor parte se fija en la demanda y en la competencia para establecer y fijar los precios de sus productos.	El 47 % de las empresas que conforman la asociación "Calzafince" se basan en la demanda para determinar la fijación de precios, el 40% se basa en la competencia y el 13% se basa en el costo para determinar la fijación de precios en sus productos.
Metodo de Fijacion de precio	7%	93%	Se realiza un estudio de mercado simple ya que la mayor parte se fija en la demanda y en la competencia para establecer y fijar los precios de sus productos.	El 7% de las empresas que conforman la asociación "Calzafince" tienen un método de fijación de precio mientras que el 93% no utiliza ningún método y lo realizan empíricamente

Elaborado por: Paulina Portero
Fuente: Análisis de Resultados

Tabla 22: Indicadores para comprobar el objetivo

Identificar el procedimiento actual en la fijación de precios con la finalidad de establecer que factores influyen en el precio del calzado.

ETAPAS DE FIJACION DE PRECIOS				
Objetivos del precio	14%	86%	Pocas son las empresas que se establecen objetivos de sus precios para llegar a la meta esperada	Solamente el 14% establece los objetivos del precio para poder fijar un costo al producto
Iden. Mercado	20%	80%	No se fijan mucho en esta etapa ya que su producto es muy comercial	El 20% trata de identificar el mercado donde posesionarse y poder vender sus productos
Deter. Oferta	33%	67%	Desconocen acerca de esta etapa	El 33% logra determinar la demanda del producto que mayor se vende
Estimación Y Comprensión de Costos	0%	100%	No realizan ningún tipo de estimación pues sus precios son empíricos	Ninguna empresa se basa en la estimación y comprensión del costo ya que desconocen estos aspectos
Competidores	33%	67%	No se preocupan mucho en sus competidores	El 33% de los socios se fijan en la demanda para establecer sus precios
Método de Fijación	0%	100%	No disponen de ningún método de fijación	Ninguna empresa tiene un metodo fijo para la fijación de productos
Precio Definitivo	0%	100%	Sus precios no son definitivos	No tienen precios definitivos en sus productos

Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Análisis de Resultados

No cuentan con un procedimiento para realizar la fijación de precios pues los mismos son establecidos empíricamente mediante algunos factores que influyen directamente en como establecer los precios estos son: la demanda y a la vez una pequeña parte de las empresas se fija en la competencia pues esto ayuda a que sus precios sean aceptados en el mercado según afirman los socios de Calzafince

Tabla 23: Indicadores para comprobar el objetivo

Proponer un modelo operativo de control de costos por proceso, para determinar el costo de producción.

Indicadores	Si	No	Interpretación
Proponer un diseño	100%	0%	El 100% de las empresas que conforman la asociación “Calzafince” señalan que es importante que se proponga un diseño de sistema de costos por procesos.

Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Análisis de Resultados

Todos los socios de la asociación Calzafince están de acuerdo, que es necesario proponer un diseño de un sistema de costos por procesos, que permita determinar el costo real de producción, para así poder lograr los objetivos planteados y de la misma manera poder determinar las utilidades de la producción.

A continuación un ejemplo de como se llega a determinar los costos de producción y el precio de venta en algunas empresas de CALZAFINCE

Tabla 24: Determinación de Costos de Producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN				
ZAPATO MOCASIN				
Bocatapa	\$ 505,55	350	uni	\$ 1,44
Cuero	\$ 2.450,40	350	uni	\$ 7,00
Hilo de rosca nylon	\$ 70,15	350	uni	\$ 0,20
Clavos 3/4 pulgadas	\$ 27,55	350	uni	\$ 0,08
Lija fina	\$ 53,40	350	uni	\$ 0,15
Forro banada	\$ 495,35	350	uni	\$ 1,42
Cambrión	\$ 180,45	350	uni	\$ 0,52
Suela Taco	\$ 1.146,45	350	uni	\$ 3,28
Contrafuerte	\$ 88,65	350	uni	\$ 0,25
Pegamento	\$ 360,25	350	uni	\$ 1,03
Acabado de suela	\$ 46,20	350	uni	\$ 0,13
Descarner	\$ 538,50	350	uni	\$ 1,54
Suela planta	\$ 1.875,20	350	uni	\$ 5,36
C.P.	\$ 7.838,10			\$ 22,39

Elaborado por: Calzado Luifer
Fuente: CALZAFINCE

Tabla 25: Determinación de Precio de Venta

PRECIO DE VENTA	
COSTO DE PRODUCCION	22,39
UTILIDAD DEL 100%	22,39
PRECIO DE VENTA	44,78

Elaborado por: Calzado Luifer
Fuente: CALZAFINCE

4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

4.4.1 PRUEBA DE HIPOTESIS

Según Triola (2004)

“Es un valor calculado a partir de datos muestrales, que se utiliza para tomar la decisión sobre el rechazo de la hipótesis nula”

Adicionalmente el autor confirma que ninguna hipótesis termina jamás de comprobarse, pues siempre se puede encontrar alguna evidencia en su contra.

4.4.2. MÉTODO LÓGICO

H0: La inadecuada determinación de costos no afecta en la fijación de precios en las empresas que conforman la Asociación de Productores de Calzado y Afines CALZAFINCE del cantón Cevallos.

H1: La inadecuada determinación de costos afecta en la fijación de precios en las empresas que conforman la Asociación de Productores de Calzado y Afines CALZAFINCE del cantón Cevallos.

4.4.3. MODELO ESTADÍSTICO

Fórmula:

$$tc = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{\frac{p_1 q_1}{n_1 - 1} + \frac{p_2 q_2}{n_2 - 1}}}$$

En donde:

tc= Valor estadístico a calcular para la prueba de t-student

p_1, p_2 = Media aritmética de las frecuencias observadas para las variables independiente y dependiente

n_1, n_2 = Tamaño de la muestra de cada variable

q_1, q_2 = Media aritmética de las poblaciones 1 y 2 para cada variable

4.4.4. ESTADÍSTICO DE PRUEBA

Según Reyes (2017) explica

“Es una distribución de probabilidad que surge del problema de estimar la media de una población normalmente distribuida cuando el tamaño de la muestra es pequeño.”

4.4.5. REGLA DE DECISIÓN

Es necesario establecer los grados de libertad o confianza para determinar el valor de t-student o t-teórico de la siguiente manera:

$$gl = (n_1 + n_2) - 2$$

$$gl = (5 + 3) - 2$$

$$gl = 6$$

Con 7 grados de libertad y 95% de confianza el valor de t-teórico es: 1,94

Tabla 26: Tabla t-student

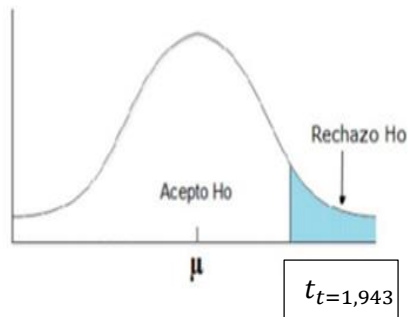
r	0.75	0.80	0.85	0.90	0.95	0.975	0.99	0.995
1	1.000	1.376	1.963	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657
2	0.816	1.061	1.386	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	0.765	0.978	1.250	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	0.741	0.941	1.190	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	0.727	0.920	1.156	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	0.718	0.906	1.134	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	0.711	0.896	1.119	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	0.706	0.889	1.108	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	0.703	0.883	1.100	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	0.700	0.879	1.093	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169

Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Investigación de campo, encuestas CALZAFINCE

Se acepta H_0 si t_c es menor que t_t

Gráfico 23: Gráfico de dispersión t-student



Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Investigación de campo, encuestas CALZAFINCE

4.4.6. CÁLCULO DE ESTADÍSTICO DE PRUEBA Y TOMA DE DECISIÓN

Tanto para la variable independiente como la dependiente se tomaron las preguntas que mayor relevancia mostraron en sus respuestas donde se obtuvo:

Tabla 27: MUESTRA DE PREGUNTAS PARA LA VARIABLE INDEPENDIENTE

N°	PREGUNTAS ALTERNATIVAS	RESPUESTAS		TOTAL	p1	q1
		SI	NO			
1	¿Su empresa tiene un control adecuado de costos de producción?	4	11	15	0,3	0,73
3	¿Qué sistema de costos utiliza en la fabricación del calzado?	4	11	15	0,3	0,73
4	¿Qué documentos contables utiliza para sustentar la solicitud de materia prima a bodega?	15	0	15	1	0
9	¿Cuál de estos costos usted considera como costos indirectos de fabricación?	4	11	15	0,3	0,73
15	¿Cree usted que es necesario proponer un diseño de un sistema de costos por proceso, para determinar el costo real de producción?	15	0	15	1	0
TOTALES		42	33	75	0,56	0,44

Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Investigación de campo, encuestas CALZAFINCE

Tabla 28: MUESTRA DE PREGUNTAS PARA LA VARIABLE DEPENDIENTE

N°	PREGUNTAS ALTERNATIVAS	RESPUESTAS		TOTAL	p2	q2
		SI	NO			
10	¿Utiliza un procedimiento para la fijación de precios?	0	15	15	0	1
11	¿Para establecer el precio de venta de cada producto se considera el costo de producción, los gastos y la utilidad establecida?	0	15	15	0	1
13	¿Cuál de los siguientes métodos de fijación de precios sería el más adecuado en su empresa?	1	14	15	0,1	0,93
TOTALES		1	44	45	0,02	0,98

Elaborado por: Paulina Portero

Fuente: Investigación de campo, encuestas CALZAFINCE

$$tc = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{\frac{p_1 q_1}{n_1 - 1} + \frac{p_2 q_2}{n_2 - 1}}}$$

$$tc = \frac{0,56 - 0,02}{\sqrt{\frac{(0,56 * 0,44)}{5 - 1} + \frac{(0,02 * 0,98)}{3 - 1}}}$$

$$tc = \frac{0,54}{\sqrt{\frac{0,25}{4} + \frac{0,02}{2}}}$$

$$tc = \frac{0,54}{\sqrt{0,063 + 0,01}}$$

$$tc = \frac{0,54}{\sqrt{0,073}}$$

$$tc = \frac{0,54}{0,27}$$

$$tc = 2$$

La regla de decisión nos indica que se aceptará la hipótesis nula H_0 solamente si se cumple la condición: tc es menor que tt y al obtener un valor para tc de 2 , que es mayor al valor de $tt= 1,943$, no se cumple la condición planteada, donde nos permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa propuesta en la investigación que nos dice: La inadecuada determinación de costos afecta en la fijación de precios en las empresas que conforman la Asociación de Productores de Calzado y Afines CALZAFINCE del cantón Cevallos.

4.5. LIMITACIONES DE ESTUDIO

Durante todo el proceso realizado en la investigación no existieron ningún tipo de limitaciones por parte de los miembros de la asociación “Calzafince”, es decir se pudo obtener todo el apoyo necesario para afirmar que nuestra hipótesis planteada es cierta y así poder formular nuestras conclusiones sin problema alguno y poder realizar nuestras recomendaciones para las falencias que se han observado que existen en las diferentes empresas que conforman la asociación.

4.6. CONCLUSIONES

Respecto al primer objetivo específico: Analizar el manejo y control de costos con el fin de verificar si es correcta su aplicación.

- ✓ La mayoría de miembros de la asociación Calzafince presentan falencias al momento de establecer sus costos de producción ya que no cuentan con un adecuado sistema de costos que les permita obtener un costo real de su producción, además la mayoría de asociados no tienen conocimientos de que tipo de sistemas de costos existe para poder implementar en su empresa lo que provoca un gran problema al momento de establecer sus utilidades, finalmente se desconoce también cuales son los costos indirectos de producción que se ocupan para la fabricación dentro de sus productos este es un factor importante por lo que el desconocimiento provoca un grave problema al momento de querer utilizar un sistema de costo adecuado es decir no se está obteniendo la ganancia esperada por parte de los socios.

Respecto al segundo objetivo específico: Identificar el procedimiento actual en la fijación de precios con la finalidad de establecer que factores influyen en el precio del calzado

- ✓ Al realizar el análisis de los datos se pudo concluir que los precios son establecidos empíricamente por parte de los socios de Calzafince ya que no tienen el conocimiento de que procedimiento deben seguir para un correcto precio de sus productos, además la demanda es un factor importante que influye mucho dentro de la fijación de precios pues mediante este se establece un precio estimado para sus productos.

Respecto al tercer objetivo específico: Proponer un modelo operativo de control de costos por proceso, para determinar el costo de producción..

- ✓ Se puede concluir finalmente que los socios, a pesar de no tener un conocimiento claro de los sistemas de costos existentes consideran que es muy importante implementar un sistema de costos por procesos.

4.7. RECOMENDACIONES

- ✓ Establecer mecanismos que sean apropiados para realizar un correcto cálculo de costos de producción: materia prima, mano de obra y costos indirectos de producción para así obtener una información real y poder posesionarse en el mercado
- ✓ Determinar los precios a través de un método de fijación para poder establecer un precio real y justo así poder llegar a cumplir los objetivos planteados por parte de las empresas.
- ✓ Finalmente se recomienda implementar un sistema de costos por procesos que ayude a identificar y determinar el costo real de su producción de esta manera evitar todo tipo de problema financiero dentro de la empresa.

4.8. PROPUESTA DE SOLUCIÓN

4.8.1. Tema:

Diseño de un modelo operativo de un control de costos por proceso para determinar el costo real de la producción

4.8.2. Institución Ejecutora

Asociación de Productores de Calzado y Afines “Calzafince”

4.8.3. Beneficiarios

Son los socios que conforman la Asociación de Productores de Calzado y Afines “Calzafince”

4.8.4. Ubicación

Se ejecutará en la provincia de Tungurahua, cantón Cevallos

4.8.5. Equipo Técnico Responsable

Presidente: Cesar Alberto Rovalino Rovalino

Tutor: Ing. Bertha Sánchez

Investigador: Paulina Portero

4.8.6. Objetivos de la Propuesta

General:

- Diseñar un modelo operativo de un control de costos por proceso que ayude a determinar de una manera adecuada el costo unitario del producto que se fabrique , y así permita una correcta fijación de precios

Específico:

- Identificar el proceso de producción y mantener un adecuado conocimiento del proceso de manufactura de todos los productos.
- Determinar un programa de producción que permita controlar cada proceso
- Llevar un control y registro de las actividades en cada proceso
- Fijar el precio de venta del calzado en base al costo de producción que se determine

4.8.7 Modelo Operativo

Tabla 29: Propuesta de Modelo Operativo

N°	Fases	Objetivo	Actividades	Responsables
1	Establecer el Proceso de Producción	Identificar el proceso de producción y mantener un adecuado conocimiento del proceso de manufactura de todos los productos.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de las actividades que se van realizando en cada área del proceso de producción del calzado • Diseño de un flujo grama de todos los procesos que se realizan para la fabricación del calzado • Implementar políticas para evitar el desperdicio de material y de tiempo en la realización de actividades 	Contador
2	Establecimiento de requerimientos que sean necesarios del producto a fabricar	Determinar un programa de producción que permita controlar cada proceso	<ul style="list-style-type: none"> • Definir un programa de producción que conste: 	Contador

			<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo y plazos - Plan de compras de materiales - Máquinas y equipos aptos para la fabricación • Elaborar un cuadro de distribución y reasignación de costos generales con base en criterios técnicos 	
3	Control de actividades	Llevar un control y registro de las actividades en cada proceso	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar un control de unidades comenzadas, en proceso y pérdidas de productos • Registrar los despacho de materiales en cada proceso • Cargar en cada proceso los gastos por materiales directos, mano de obra y costos indirectos de 	Contador

			fabricación para esto se deberá prepara una hoja de costos que ayude a obtener costos totales y unitario en cada proceso.	
4	Fijación del Precio de Venta	Fijar el precio de venta del calzado en base al costo de producción que se determine	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer el valor total de los gasto de ventas y administrativos que existan • Determinar un precio fijo de venta luego que se conozca el costo real de la producción y los gastos totales que existan 	Contador

Elaborado por: Paulina Portero
Fuente: Investigación de campo

Es importante establecer un modelo operativo de control de costos por procesos dentro de cada empresa de CALZAFINCE pues así se lograra obtener un costo real de la producción y una fijación de precios adecuada para llegar a la meta planeada y lograr acogida en el mercado.

Bibliografía

- Baena, G. (2009). *Investigación Estratégica*. Colombia: Marketing Colombia.
- Barfield, J., Raiborn, C., & Kinney, M. (2006). *Contabilidad de Costos Tradiciones e innovaciones*. México: EDAMSA.
- Bravo, M., & Ubida, C. (2009). *Contabilidad de Costos*. Quito: Nuevodia.
- Castro A., J. J. (2010). Sistemas de costeo y objeto de costo producto en supermercados. *Actualidad Contable Faces* , 18.
- Cavaller, V., Vila, A., Candela, O., & Mercé, R. (2014). *Análisis de Audiencias y Estrategias de Visibilidad*. Barcelona: Editorial UOC.
- Charles, H., Srikant, D., & George, F. (2007). *Contabilidad de Costos*. México: Pearson Educación .
- Ciudadano, E. (01 de Abril de 2016). *El Ciudadano* . Recuperado el 27 de Mayo de 2017, de <http://www.elciudadano.gob.ec/la-industria-del-calzado-nacional-se-fortalecio-durante-los-ultimos-anos/>
- Comercio, E. (2013). La producción de calzado pisa fuerte en el país. *Lideres*, 5-6.
- Corcoran, W. (1990). *Costos Contabilidad, Análisis y Control* . México: Limusa S.A.
- Cueva Villegas, C. F. (2002). FIJACIÓN DE PRECIOS Costo Plus (Costo más margen) y Target Costing (Costeo Objetivo. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, 17-30.
- Cuevas Villegas, C. (2001). *Contabilidad de Costos Enfoque gerencial y de Gestión*. Colombia: Pearson Educación.
- Deakin, N. (1977). *Contabilidad De Costos* . Mexico : Limusa S.A. .
- ECUADOR, C. (20 de Junio de 2010). Recuperado el 16 de Noviembre de 2016, de http://www.calzadoecuador.com/index.php?option=com_content&view=artic

le&id=7:ambato-le-saca-provecho-a-la-fabricacion-de-calzado&catid=1:calzado&Itemid=3

Exterior, M. d. (2015). *Pro Ecuador*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/cuero-y-calzado/>

Exterior, M. d. (2015). *Pro Ecuador*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/cuero-y-calzado/>

Flores, O., & Zepeda, B. (2007). *IMPORTANCIA DE LA INCORPORACIÓN TEMPRANA A LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA*. Mexico: Juan Carlos Martínez Coll.

García Colín, J. (2007). *Contabilidad de Costos*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A.

García, R. (2012). La fijación unilateral del precio. *Revista de Derecho Privado*, 43-71.

Gillespei, C. (1981). *Contabilidad y Control de Costos*. México: Diana.

Guerrero, P., Hernandez, D., & Díaz, L. (2012). Metodología para la fijación de precios mediante la utilización de la elasticidad precio-demanda. *Apuntes del CENES*, 9-36.

Guerrero, P., Hernandez, D., & Luis, D. (2012). Metodología para la fijación de precios mediante la utilización de la elasticidad precio-demanda. *Apuntes del CENES*, 9-36.

Horngren, C., Datar, S., & Rajan, M. (2012). *Contabilidad de Costos enfoque gerencial*. México: Pearson.

Horngren, C., Foster, G., & . Data, S. (2007). *Contabilidad de costos*. México: Pearson Educación.

Horngren, C., Harrison, W., & Bamber, L. (2003). *Contabilidad*. México: PEARSON EDUCACIÓN.

- Kotler, & Armstrong. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México : Pearson Educación .
- Lara Muñoz, E. M. (2013). *Fundamentos de Investigación Un Enfoque por competencias*. Mexico: Alfaomega.
- Macías, V. (1 de Abril de 2016). *el ciudadano*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2016, de <http://www.elciudadano.gob.ec/la-industria-del-calzado-nacional-se-fortalecio-durante-los-ultimos-anos/>
- Martel, P., & Díez, J. (1997). *Probabilidad y Estadística en Medicina*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Mas Ruiz, F. J. (2010). *Temas de Investigación Comercial* . España: Club Universitario.
- Mera Ubilluz, J. D. (2013). *LOS COSTOS Y SU INFLUENCIA EN LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE LAS COMIDAS Y BEBIDAS DEL RESTAURANTE DE LA HORTERÍA BASCÚN EN EL AÑO 2011*. Ambato .
- Muñoz Razo, C. (1998). *Como Elaborar y asesorar una Investigación de Tesis* . México: Prentice Hall Hispanoamericana,S.A. .
- Nagle, & Holden. (1998). *Estrategia y Tácticas para la Fijación de Precios* . Granica S.A.
- Ortega, A. (1980). *Contabilidad de Costos*. México: Unión Tipográfica.
- Pérez Serrano, G. (2004). *Modelos de investigación cualitativa en educación social y animación Sociocultural Aplicaciones Prácticas* . Madrid : NARCEA S.A. .
- Pérez, D. (2006). *Escuela De Negocios*. MBA- Edición.
- Pindyck, R. S. (2009). Coste de Producción. En R. S. Pindyck, *Microeconomía* (pág. 888). Madrid: Pearson.
- Polimeni, R., Fabozzi, F., Adelberg, A., & Kole, M. (1996). *Contabilidad de Costos*. Colombia: Impre Andes S.A.

- Ralma, C. (2014). *Calzado Ralma* . Recuperado el 27 de Mayo de 2017, de <http://calzadoralma.com/index.php/noticias>
- Reyes, L. (2017). *MI MATERIA EN LINEA*. Recuperado el 25 de marzo de 2017, de http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/lic/AE/E/AM/12/Distribucion_tS_tudent.pdf
- Rodríguez, E. (2005). *Metodología de la Investigación*. México: Colección Héctor Merino Rodríguez.
- Ruano, A. (2002). *La Venta Profesional* . España: Ediciones Deusto.
- Tamayo. (2004). *El proceso de la investigación científica*. México: Lumusa S.A.
- Telégrafo, E. (17 de Junio de 2013). *El Telégrafo* . Recuperado el 27 de Mayo de 2017, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional-centro/1/produccion-de-calzado-en-cevallos-recibe-impulso>
- TELÉGRAFO, E. (2014 de Junio de 2014). Recuperado el 16 de Noviembre de 2016, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/etiqueta/8/calzado>
- Triola, M. F. (2004). *Estadística Novena Edición*. México: Pearson Educación. .
- Vargas Solis, P. A. (2016). “*Los costos de producción y la determinación del precio de venta al público en Ambato*.”
- Vértice, E. (2011). *Contabilidad Básica (Dirección y Gestión de Empresas)*. Editorial Vértice.
- Zapata, P. (2007). *Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones* . Colombia: D´VINNI.



ANEXOS
ANEXO N° 1



ENCUESTA PARA LA POBLACIÓN
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA - CUESTIONARIO

OBJETIVO: Analizar el Sistema de Costos y la fijación de precios en las empresas de la “ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CALZADO Y AFINES CALZAFINCE”

Señor Gerente, Contador : El fijar precios inadecuados en el calzado de las empresas que conforman la asociación Calzafince , preocupa a la actual investigación, para detectar si el no contar con un sistema de costos es la causante de este problema y para diseñar un sistema de acuerdo a las características que demanda esta clase de empresas. Se solicita muy comedidamente la contestación sincera a este cuestionario, es muy importante su colaboración.

DATOS GENERALES:

EMPRESA:

CARGO QUE DESEMPEÑA:

LUGAR:

FECHA DE ENCUESTA:

DATOS ESPECÍFICOS:

1) ¿Su empresa tiene un control adecuado de costos de producción?

Si ()

No ()

2) ¿Cómo se establece los costos de producción en su empresa?

Empíricamente ()

Sistema de Costos ()

3) ¿Qué sistema de costos utiliza en la fabricación del calzado?

Costos por órdenes de producción ()

Costos por procesos productivos ()

Costos de producción conjunta ()

Ninguno ()

4) ¿Qué documentos contables utiliza para sustentar la solicitud de materia prima a bodega?

Orden de Pedido ()

Orden de requisición de materiales ()

Orden de producción ()

No utiliza ()

5) ¿Cada cuánto se realiza una revisión de materia prima?

Siempre ()

Casi Siempre ()

Algunas Veces ()

Muy pocas veces ()

Nunca ()

6) ¿Qué tipo de método de valoración se utiliza al momento de registrar la entrada y salida de materia prima?

Identificación Específica. ()

Primeros en Entrar Primeros en Salir - PEPS. ()

Costo promedio constante o Promedio Ponderado. ()

Ninguno ()

7) ¿En base a qué se realiza el pago a la Mano de Obra?

Producción ()

Capacidad ()

Salario fijo ()

Ninguno ()

8) ¿Los trabajadores de la empresa son motivados por alcanzar la productividad deseada?

Siempre ()

Casi Siempre ()

Algunas Veces ()

Muy pocas veces ()

Nunca ()

9) ¿Cuál de estos costos usted considera como costos indirectos de fabricación?

Pago Servicio de Luz, teléfono, agua ()

Alimentación y refrigerios del personal ()

Insumos de fábrica como: lijas, útiles de aseo, etc. ()

No identifica ()

10) ¿Utiliza un procedimiento para la fijación de precios?

Si ()

No ()

11) ¿Para establecer el precio de venta de cada producto se considera el costo de producción, los gastos y la utilidad establecida?

Siempre ()

Casi Siempre ()

Algunas Veces ()

Muy pocas veces ()

Nunca ()

12) ¿En qué se basa para determinar la fijación de precios en su empresa?

Demanda ()

Competencia ()

Costo ()

13) ¿Cuál de los siguientes métodos de fijación de precios sería el más adecuado en su empresa?

Fijación de precios con base en el coste ()

Políticas de fijación de precios ()

Otros ()

14) ¿Cuál de estas etapas ocupa para la fijación de precios en estos productos?

Selección de los objetivos del precio. ()

Identificación del Mercado. ()

Determinación de la demanda. ()

Estimación y comprensión de los Costos. ()

Análisis de los costos, precios y ofertas

de los competidores. ()

Selección de un método para la fijación de precios. ()

Selección del precio definitivo. ()

15) ¿Cree usted que es necesario proponer un diseño de un sistema de costos por proceso, para determinar el costo real de producción?

Si ()

No ()

Gracias por su colaboración

ANEXO N° 2

FIRMAS

FÁBRICA	PRODUCTOR	CÉDULA	FIRMA
CALZAFINCE	Asociación	1804120135	
CREACIONES MABELIZ	Edgar Ernesto Paredes Ramírez		1801305918001
JANMART SPORT	Cristian Geovanny Martínez López		1803758844
D'MAYCOL	Miguel Angel Urrutia López		1801234640001
CREACIONES CRISTOPHER	Edin Walberto Ortiz Navarrete		1802852010001
CALZADO FRANCI'S	Franklin Rigoberto Espinoza Navas		1801691195001
CREACIONES GUSMAR	Raúl Gustavo Martínez Guerrero		180530571-8
JOSHEP'S MARC	Marco Vinicio Tituaña Aguaguña		180494836-0
CRAZY DANNY'S	Teresa de Jesús Ricachi Palacios		1804157053
CREACIONES BRAYAN	Rafael Filadelfo Ortiz Navarrete		1802243673
CALZADO JHON-RY	Silvio Heriberto Ricachi Palacios		1802269801
CALZADO LUIFER	Luis Rodrigo López Guevara		1802269801001
CALZADO FE LOX	Edmundo Trajano López Guevara		1802460327001
CALZADO RODYY'S	Héctor Rodrigo Espinoza Frías		1801944966001
ATAPASHO'S	Cesar Alberto Rovalino Rovalino		1801085802001