



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

Análisis de Caso, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA.

Tema:

---

**“Sistema de costos y la fijación de precios para los servicios de la empresa  
CISNECOLOR Cía. Ltda.”**

---

**Autora:** Silva Llerena, Blanca Aracely

**Tutor:** Eco. Ortiz Román, Hermel David

Ambato – Ecuador

2017

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

Yo, Eco. Hermel David Ortiz Román, con cédula de ciudadanía N° 180352665-4, en mi calidad de Tutor del Análisis de Caso sobre el tema: **“SISTEMA DE COSTOS Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS PARA LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA CISNECOLOR CÍA. LTDA.”**, desarrollado por Blanca Aracely Silva Llerena, 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, Octubre 2017

## **EL TUTOR**



-----  
Eco. Hermel David Ortiz Román

C.C. 180352665-4

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Blanca Aracely Silva Llerena, con cédula de ciudadanía N° 180447730-3, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el Análisis de Caso, bajo el tema: **“SISTEMA DE COSTOS Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS PARA LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA CISNECOLOR CÍA. LTDA.”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Análisis de Caso.

Ambato, Octubre 2017

### AUTORA



Silva Llerena Blanca Aracely

C.C. 180447730-3

## **CESIÓN DE DERECHOS**

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

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

Ambato, Octubre 2017

### **AUTORA**



Silva Llerena Blanca Aracely

C.C. 180447730-3

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Análisis de Caso, sobre el tema: “**SISTEMA DE COSTOS Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS PARA LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA CISNECOLOR CÍA. LTDA.**”, elaborado por Blanca Aracely Silva Llerena, 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, Octubre 2017



.....

Eco. Mg. Diego Proaño

**PRESIDENTE**



.....

Dr. Mg. César Mayorga

**MIEMBRO CALIFICADOR**



.....

Ing. Daniela Bermúdez

**MIEMBRO CALIFICADOR**

## **DEDICATORIA**

Dedico mi Análisis de caso en primer lugar a mi Dios, porque siempre ha bendecido mi vida, me ha brindado sabiduría y la inteligencia necesaria para poder llegar hasta donde estoy.

A mis padres: César y Blanca, a mi hermana Mónica, a mi sobrina Zoe y a mi novio Alex quienes forman la parte más importante de mi vida, son los que siempre me han estado apoyando y dándome motivación constante para que pueda culminar con mi etapa universitaria y a su vez cumplir con mi sueño de lograr ser una profesional.

**Aracely S.**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco principalmente a mis queridos padres por darme la vida y por brindarme el estudio, por inculcarme buenos valores, por apoyarme siempre y darme fuerzas para continuar en este largo y difícil camino.

Agradezco también a mi prestigiosa Alma Mater mi Universidad Técnica de Ambato, a mi querida Facultad de Contabilidad y Auditoría que me permitió conocer a muchas personas y lograr buenas amistades, a mi Tutor y a su vez amigo el Eco. David Ortiz, por enseñarme y guiarme en lo necesario para poder desarrollar y culminar mi análisis de caso.

**Aracely S.**

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

**TEMA:** “SISTEMA DE COSTOS Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS PARA LOS  
SERVICIOS DE LA EMPRESA CISNECOLOR CÍA. LTDA”

**AUTORA:** Silva Llerena Blanca Aracely

**TUTOR:** Eco. Ortiz Román Hermel David

**FECHA:** Octubre 2017

**RESUMEN EJECUTIVO**

El presente Análisis de caso fue realizado en la Empresa Cisnecolor Cía. Ltda., la cual está ubicada en el cantón Pelileo y se dedica a la prestación del servicio de lavado y tinturado de jeans, además la empresa brinda una variada gama de colores y materias primas de calidad para realzar la imagen del jean; encontrando como principal afectación la inadecuada asignación de costos al momento de fijar precios.

La empresa no cuenta con un sistema de costos que le permita conocer el costo unitario del servicio que ofrece, obteniendo como resultado el desconocimiento del costo en cada prenda producida y generando una deficiencia al momento de fijar el precio de venta.

También se pudo evidenciar que las tarjetas kárdex no muestran el registro real de entradas y salidas de la materia prima, impidiendo así la cuantificación de los materiales que intervienen en cada servicio.

Al mismo tiempo se pudo demostrar que existen inconsistencias en el inventario debido a que no se tiene el stock real de la materia prima y no se puede determinar la existencia de cada producto para cumplir con el servicio que presta.



En el análisis realizado se propone la elaboración de un sistema de costos por procesos que permita conocer y cuantificar cada producto que interviene en la prestación del servicio y así poder establecer costo real y por ende obtener una fijación de precio de venta adecuado.

**PALABRAS DESCRIPTORAS:** SISTEMA DE COSTOS, COSTOS FIJOS, COSTOS VARIABLES, FIJACIÓN DE PRECIOS, TARJETAS KÁRDEX.

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

**TOPIC:** “COST SYSTEM AND PRICE SETTING FOR THE SERVICES OF THE COMPANY CISNECOLOR CÍA. LTDA.”

**AUTHOR:** Silva Llerena Blanca Aracely

**TUTOR:** Eco. Ortiz Román Hermel David

**DATE:** October 2017

**ABSTRACT**

The present Case Analysis was carried out in the Company Cisnecolor Cía. Ltda., Which is located in Canton Pelileo and is dedicated to providing the service of washing and dyeing of jeans, in addition the company offers a varied range of colors and raw materials Of quality to enhance the image of the jean; Finding as main affectation the inadequate allocation of costs when fixing prices.

The company doesn't have a cost system that allows it to know the unit cost of the service it offers, resulting in ignorance of the cost in each garment produced and generating a deficiency when fixing the sale price.

It was also possible to show that the kárdex cards don't show the actual registration of inputs and outputs of the raw material, thus preventing the quantification of the materials involved in each service.

At the same time it was possible to demonstrate that there are inconsistencies in the inventory because the actual stock of the raw material isn't available and the existence of each product can't be determined to fulfill the service it provides.

The analysis proposed proposes the elaboration of a system of costs by processes that allows to know and quantify each product that intervenes in the provision of the service and thus be able to establish real cost and therefore obtain an adequate sales price fixation.

**KEYWORDS:** COST SYSTEM, FIXED COSTS, VARIABLE COSTS, PRICE SETTING, KÁRDEX CARDS.

## 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.....	xvii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
1. IDENTIFICACIÓN DE CASO A ESTUDIAR.....	2
1.1. Descripción del problema del caso de estudio seleccionado.....	2
1.1.1.Descripción y formulación del problema del caso de estudio seleccionado.....	9
1.2. Justificación.....	9

1.3. Objetivos .....	11
1.3.1. Objetivo General .....	11
1.3.2. Objetivos Específicos.....	11
CAPÍTULO II .....	12
2. MARCO TEÓRICO.....	12
2.1. Antecedentes Investigativos.....	12
2.2. Fundamentación científico – técnica.....	16
2.2.1. Subordinación Conceptual variable independiente.....	17
2.2.2. Subordinación Conceptual variable dependiente .....	18
2.2.3. Variable Independiente – Sistema de costos.....	19
2.3. Hipótesis.....	52
CAPÍTULO III .....	53
3. METODOLOGÍA DEL DIAGNÓSTICO .....	53
3.1. Enfoque de la investigación .....	53
3.2. Modalidad básica de la investigación .....	54
3.2.1. Investigación de campo.....	54
3.2.2. Investigación documental o bibliográfica .....	54
3.3. Nivel o tipo de investigación.....	55
3.3.1. Investigación Exploratoria .....	55
3.3.2. Investigación Descriptiva.....	56
3.3.3. Investigación Correlacional .....	56
3.4. Población y Muestra.....	57
3.4.1. Población.....	57

3.4.2. Muestra.....	57
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	59
3.5.1. Operacionalización de la Variable Independiente: Sistema de costos .....	59
3.5.2. Operacionalización de la Variable Dependiente: Fijación de precios .....	60
3.6. Recolección de la información.....	61
3.6.1. Plan de recolección de información .....	61
3.6.2. Fuentes primarias .....	61
3.6.3. Fuentes secundarias.....	62
3.7. Procesamiento de la información.....	62
3.7.1. Plan de procesamiento de la información .....	62
3.8. Plan de análisis e interpretación de resultados.....	63
CAPÍTULO IV .....	64
4. RESULTADOS.....	64
4.1. Principales resultados obtenidos del diagnóstico.....	64
4.1.1. Check List .....	64
4.2. Limitaciones del estudio de caso.....	69
4.3. Interpretación de datos .....	69
4.3.1. Análisis y Resultados Check List.....	69
4.3.2. Análisis de Tarjetas Kárdex e Inventarios. ....	70
4.3.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS .....	73
4.4. Conclusiones .....	78
4.5. Recomendaciones.....	79
CAPÍTULO V .....	80

5. Propuesta de solución.....	80
5.1. Metodología de la propuesta de solución.....	80
5.1.1. Datos Informativos.....	80
Título: .....	80
Institución Ejecutora: .....	80
Beneficiarios: .....	80
Ubicación: .....	80
Tiempo de ejecución: .....	81
Equipo técnico responsable:.....	81
Investigadora: .....	81
Gerente: .....	81
5.1.2. Antecedentes .....	81
5.1.3. Justificación.....	82
5.1.4. Objetivos .....	82
Objetivo general .....	82
Objetivos específicos .....	82
5.1.5. Fundamentación Científico – Técnica .....	83
Sistema de costos por procesos .....	83
Fijación de precios .....	84
5.2. Desarrollo de la propuesta de solución .....	85
5.3. Informe Preliminar.....	85
<b>SISTEMA DE COSTOS POR PROCESOS PARA LOS SERVICIOS DE LA</b>	
<b>EMPRESA CISNECOLOR S.A. ....</b>	<b>88</b>
<b>FASE 1 .....</b>	<b>88</b>
<b>IDENTIFICACIÓN DE COSTOS.....</b>	<b>88</b>

• Determinación de los Costos fijos.....	88
• Determinación de los Costos variables .....	89
FASE 2.....	91
TARJETAS KÁRDEX .....	91
FASE 3.....	92
HOJA DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN.....	92
FASE 4.....	102
FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA .....	102
FASE 5.....	103
CUADRO COMPARATIVO .....	103
FASE 6.....	104
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y VENTAS .....	104
BIBLIOGRAFÍA .....	106
ANEXOS .....	111
ANEXO 1. RUC DE LA EMPRESA .....	112
ANEXO 2. CARTA DE ACEPTACIÓN.....	114



## ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
<b>Tabla No. 1:</b> Cuadro de países de Importaciones.....	3
<b>Tabla No. 2:</b> Cuadro de países de Exportaciones.....	4
<b>Tabla No. 3:</b> Análisis FODA .....	8
<b>Tabla No. 4:</b> Saldos iniciales compañía Industrial Manufacturera, S.A.....	33
<b>Tabla No. 5:</b> Cálculo de la producción total equivalente .....	35
<b>Tabla No. 6:</b> Costo unitario promedio.....	35
<b>Tabla No. 7:</b> Costo de ventas (procedimiento promedio).....	36
<b>Tabla No. 8:</b> Registro de operaciones en esquemas de mayor.....	37
<b>Tabla No. 9:</b> Informe de Producción.....	38
<b>Tabla No. 10:</b> Estado de resultados.....	39
<b>Tabla No. 11:</b> Estado conjunto de costos de producción y ventas y de resultados.....	40
<b>Tabla No. 12:</b> Operacionalización de la Variable Independiente .....	59
<b>Tabla No. 13:</b> Operacionalización de la Variable dependiente.....	60
<b>Tabla No. 14:</b> Check List. Variable inde pendiente.....	65
<b>Tabla No. 15:</b> Check List. Variable dependiente.....	66
<b>Tabla No. 16:</b> Observación del Check List.....	67
<b>Tabla No. 17:</b> Tabla de calificación del Riesgo de detección.....	68
<b>Tabla No. 18:</b> Observación del Check List.....	68
<b>Tabla No. 19:</b> TARJETA KÁRDEX 2015.....	70
<b>Tabla No. 20:</b> TARJETA KÁRDEX 2016 .....	70
<b>Tabla No. 21:</b> Inventario de Cisnecolor Cía. Ltda. ....	71
<b>Tabla No. 22:</b> Resultados del Check List.....	76
<b>Tabla No. 23:</b> MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA .....	87
<b>Tabla No. 24:</b> COSTOS FIJOS DE LA EMPRESA CISNECOLOR S.A.....	89
<b>Tabla No. 25:</b> COSTOS VARIABLES DE LA EMPRESA CISNECOLOR S.A. ....	90
<b>Tabla No. 26:</b> TARJETA KARDEX .....	91
<b>Tabla No. 27:</b> LISTA DE PRECIOS .....	92
<b>Tabla No. 28:</b> Servicio #1 PRELAVADO.....	94

<b>Tabla No. 29:</b> Servicio #2 BLANCO.....	94
<b>Tabla No. 30:</b> Servicio #3 PARDO.....	95
<b>Tabla No. 31:</b> Servicio #4 BEIGE .....	96
<b>Tabla No. 32:</b> Servicio #5 NEGRO .....	97
<b>Tabla No. 33:</b> Servicio #6 FUXIA .....	98
<b>Tabla No. 34:</b> Servicio #7 CAFÉ.....	99
<b>Tabla No. 35:</b> Servicio #8 TRAPEADO.....	100
<b>Tabla No. 36:</b> Servicio #9 AZUL ELECTRICO .....	101
<b>Tabla No. 37:</b> FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.....	102
<b>Tabla No. 38:</b> CUADRO COMPARATIVO .....	103
<b>Tabla No. 39:</b> ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y VENTAS .....	104

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
<b>Gráfico No. 1.</b> Subordinación de Variables .....	16
<b>Gráfico No 2.</b> Subordinación Variable Independiente.....	17
<b>Gráfico No.3.</b> Subordinación Variable Independiente.....	18
<b>Gráfico No. 4:</b> Ejemplo 1 de Diseño de Costo por Procesos – Primer Caso .....	31
<b>Gráfico No. 5:</b> Ejemplo 1 de Diseño de Costo por Procesos – Segundo Caso .....	32
<b>Gráfico No. 6:</b> Verificación de la Hipótesis .....	77

## INTRODUCCIÓN

En el presente análisis de caso se estudió la variable independiente: Sistema de costos, que es la principal fuente de desarrollo para la entidad donde no se evidenció que la empresa cuente con un sistema de costos; permitiendo desarrollar un adecuado sistema de costeo para determinar el costo unitario del servicio que presta Cisnecolor Cía. Ltda., y así obtener el precio de venta. Y la variable dependiente: la fijación de precios en esta se pudo encontrar que este proceso se realiza se realiza a través de la competencia, motivo suficiente para buscar la correcta cuantificación del servicio y estimar un precio adecuado de venta. El desarrollo de este análisis consta de cinco capítulos descritos a continuación:

**CAPÍTULO I:** En este capítulo se estudió el sistema de costos y la fijación de precios, se planteó el problema a investigar y se sustentó por medio de la contextualización; el análisis de la problemática, justificación y planteamiento de los objetivos a cumplir con el desarrollo de estudio.

**CAPÍTULO II:** Se desarrolla mediante antecedentes investigativos, se fundamenta mediante la investigación científico- técnico, subordinación de variables mediante el marco teórico que sustenta los conceptos emitidos en el desarrollo del análisis.

**CAPÍTULO III:** Se establece la metodología a aplicarse en la investigación como lo es la modalidad, enfoque, nivel de investigación y la operacionalización de cada una de las variables; se determina la población y muestra con los instrumentos para la recolección de información.

**CAPÍTULO IV:** Consta del análisis e interpretación de resultados por medio del Check List sobre el sistema de costos y la fijación de precios de la empresa Cisnecolor Cía. Ltda., la aceptación de la hipótesis a través del método estadístico distribución normal z, y el establecimiento de conclusiones y recomendaciones.

**CAPÍTULO V:** Se diseña la propuesta de un Sistema de costos por procesos que permitirá obtener el costo real del producto y la fijación correcta del precio de venta.

# CAPÍTULO I

## 1. IDENTIFICACIÓN DE CASO A ESTUDIAR

### 1.1. Descripción del problema del caso de estudio seleccionado.

Al hablar de Ecuador, se puede decir que la industria que más aporta al país es la manufacturera, y cuando se habla de industria se refiere al proceso de transformación que sufre la materia prima logrando convertirse así en un producto final.

Según Proecuador Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2012): “Las empresas dedicadas a la actividad textil en Ecuador se encuentran ubicadas en diferentes provincias, siendo Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua, Imbabura las de mayor producción, seguidas de Chimborazo, Cotopaxi, El Oro y Manabí, con menor actividad pero igual de importante”.

Según Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), (2016) Menciona que:

*El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estadísticas levantadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), alrededor de 158 mil personas laboran directamente en empresas textiles y de confección. A esto se suma los miles de empleos indirectos que genera, ya que la industria textil y confección ecuatoriana se encadena con un total de 33 ramas productivas del país.*

*Por regla general, las empresas textiles ecuatorianas concentraron la mayor parte de sus ventas en el mercado local, aunque siempre ha existido vocación exportadora. A partir de la década de los 90, las exportaciones textiles fueron incrementándose, salvo por algunas caídas en los años 1998 y 1999.*

*En el año 2000, momento en el que Ecuador adoptó la dolarización, se produce un incremento de las exportaciones del 8,14% con relación a las de 1999, lo que marca una tendencia que empezó a ser normal durante algo más de la primera década de este milenio; en el año 2013 se llega al record histórico de exportaciones textiles, superando los 114 millones de dólares. (2016).*

En el país muchas de las provincias se dedican al sector industrial, y actualmente es el segundo sector que más empleo genera. Luego de analizar las estadísticas de los censos del INEC 158 mil personas trabajan en la industria textil y en la confección de prendas.

Según Boletín Aite Edición 28 (2015):

*El país que más vendió productos textiles a Ecuador fue China con el 32% del volumen total de las importaciones. Esto representó un crecimiento del 18.6% frente al 2013 con un precio promedio de USD 3.71 el kilo.*

*El segundo mayor proveedor comprende al resto de países del Asia -Corea del Sur, India, Taiwán, Tailandia y Turquía-, que significó el 22% en volumen con un crecimiento de 4.7% comparado con el 2013 y con un precio promedio por kilo de USD 2.97.*

*Le sigue la Comunidad Andina de Naciones, con una participación del 21% (volumen), pero con una caída de 4.76% frente al 2013 y con un precio CIF promedio de USD 10.12. Los productos que ingresaron de Estados Unidos se ubican en el cuarto lugar con un 11.50% en volumen, 24.63% menos que el 2013 ya USD 5.94 (precio promedio CIF por kilo). El restante 13.4% vino de otros países y el precio promedio de todas las importaciones textiles en CIF fue de USD 5.76*

*Colombia en el 2014, al igual que en el 2013, fue el primer país de destino de los productos textiles ecuatorianos con el 73% del total del volumen. No obstante, representó 0.43% menos que el 2013 y se vendió a USD 5.08 el kilo aproximadamente. El segundo destino fue Mercosur con el 15.9% del volumen, con un crecimiento del 3.87% frente al 2013 y el precio promedio por kilo fue USD 5.28. En tercer lugar se ubica Estados Unidos con el 3.2% del volumen total de las exportaciones, con un crecimiento del 9.17% y precio promedio por kilo USD 9.90. La Unión Europea figura en el cuarto lugar con el 2.6% del volumen total de las exportaciones y con una caída del 10.19 % frente al 2013, a un precio promedio de USD 7.8 por kilo. Finalmente está Chile, con el 2.2% del volumen total de las exportaciones, pero con una caída del 23.48 % a un precio promedio por kilo USD 8.89. Los demás países sumaron el 3%. (2015).*

**Tabla No. 1: Cuadro de países de Importaciones**

<b>IMPORTACIONES</b>		
	<b>PAISES</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>1</b>	China	32%
<b>2</b>	Corea del Sur, India, Taiwán, Tailandia y Turquía	22%
<b>3</b>	Comunidad Andina de Naciones	21%
<b>4</b>	Estados Unidos	11.50%
<b>5</b>	Otros países	13.40%
<b>Total de Importaciones</b>		<b>100%</b>

**Fuente:** Asociación De Industriales Textiles Del Ecuador

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

**Tabla No. 2: Cuadro de países de Exportaciones**

<b>EXPORTACIONES</b>		
	<b>PAISES</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>1</b>	Colombia	73%
<b>2</b>	Mercosur	15.9%
<b>3</b>	Estados Unidos	3.2%
<b>4</b>	Unión Europea	2.6%
<b>5</b>	Chile	2.2%
<b>6</b>	Otros países	3.0%
<b>Total de Exportaciones</b>		<b>100%</b>

**Fuente:** Asociación De Industriales Textiles Del Ecuador

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

El sector textil se ha ido desarrollando gracias a estas exportaciones, y se debe tomar en cuenta también que las empresas han mejorado y logrando obtener mejor maquinaria y materia prima; las empresas también notaron que un punto muy importante es invertir en capacitaciones para su personal ya que esto ayuda a contribuir directamente con el sector, haciendo a este mucho más competitivo con el mercado local y exterior.

Se espera poder mejorar los lazos comerciales ya existentes con los países andinos y también lograr expandir las exportaciones a otros países.

Según Aite Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, (2016): “El momento de crisis económica que atraviesa el país, los altos costos de producción locales incrementados aún más por la subida del costo de la energía eléctricas y los combustibles industriales, hacen que las previsiones sean poco alentadoras”. (2016).

Los combustibles industriales, y hablando específicamente del diesel, es uno de los productos de vital importancia para generar los servicios de lavado y tinturado, la mayoría de las maquinarias que se emplean en este servicio necesitan de este combustible para su funcionamiento.

Según El Tiempo (2016) menciona que “Ecuador, golpeado por la caída de los precios del petróleo, producto del que deriva el 55 por ciento de sus ingresos, ha venido registrando en los últimos años un bajón en la actividad económica”.

Al año 2016 Ecuador sufrió una dura caída de las ventas en el mercado local y en la caída de los precios del petróleo debido al Terremoto ocurrido el 16 de Abril, el cual afecto a varias ciudades de la costa Ecuatoriana, tomando muy en cuenta que la producción textil se dirigía principalmente a estas ciudades. A finales del 2016 las ventas mejoraron notablemente, ya que las ciudades afectadas por el terremoto pudieron recuperarse aunque no en su totalidad, pero el comercio para el país ya no fue tan desastroso como se creía.

Según La Revista Líderes (2016) menciona que:

*Las empresas dedicadas a la actividad textil en el país se encuentran ubicadas en diferentes provincias, siendo Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua e Imbabura las de mayor producción, seguidas de Chimborazo, Cotopaxi, El Oro y Manabí, con menor actividad pero igual de importante en el peso total del sector.*

*En el cantón Pelileo, La industria textil es una de las actividades más importantes, ya que a través de la confección y la comercialización de jean la economía ha mejorado considerablemente, debido a la popularidad que ha logrado alcanzar el cantón en todo el país.*

*Pelileo llamado también “Ciudad Azul” es conocido en todo el país por la gran producción de prendas de vestir en jean, la mayoría de sus habitantes se dedican a la confección y comercialización de jeans y como parte intermedia del proceso de elaboración y terminado de las prendas, está el proceso de lavado y tinturado, el cual es muy necesario para que se pueda ofrecer un producto de buena calidad.*

Según El Telerafo, La producción de jeans en Pelileo bajó 50% por 2 factores externos (2016)

*La industria textil es la principal actividad económica del cantón Pelileo, ubicado a 15 minutos de Ambato. Si bien allí muchas familias viven de la agricultura, ganadería, avicultura y turismo, al menos el 60% de los 56.500 habitantes trabajan directa e indirectamente en la elaboración de prendas de vestir, especialmente pantalones, camisas, blusas y chaquetas jeans. El uso de este material, bastante resistente y de tonalidades oscuras, tomó fuerza en la ciudad desde 1978, fecha en la que gran parte de los niños que*



*sobrevivieron al terremoto de 1949 regresaron de Quito, Guayaquil y naciones vecinas, tras estudiar corte y confección. Desde hace 35 años esta industria ha sido el motor de la economía en Pelileo. No obstante desde 2010 hasta mediados de 2013 se registró un importante repunte en la industria textil. Según la Asociación de Comerciantes y Fabricantes del barrio El Tambo (Asofambo), ubicado en el ingreso norte de la urbe, hasta este último año en el cantón se confeccionaba aproximadamente un millón de prendas y el negocio movía cerca de \$ 10 millones.*

*En el Tambo se concentra la mayor parte de almacenes del cantón. El lugar es considerado un centro comercial a cielo abierto, pues estos negocios se ubican a los costados de 1,5 kilómetros de la vía Pelileo-Baños. Cientos de maniqués en las puertas de los locales ofertan ropa de diversos modelos, tallas y tonalidades. (2016).*

Según el Diario La hora, (2013):

*La cifra, manejada entre los productores, estima que en el cantón se elaboran entre 9 y 12 millones de prendas al año.*

*En Pelileo se menciona que casi el 60% de sus habitantes se dedican a confeccionar y comercializar las prendas elaboradas en tela jean, y desde hace unos 35 años la industria de la confección textil ha sido el motor principal de la economía del cantón. Además cabe mencionar que según estimaciones en el cantón se elaboran cerca de 12 millones de prendas confeccionadas en jean anualmente.*

Según El Telegrafo (2016) dice que:

*En Pelileo existen cerca de 1.100 talleres textiles y 12 lavanderías de jeans, las cuales cuentan con los permisos de funcionamiento del Ministerio del Ambiente”.*

*Es importante mencionar que el cantón Pelileo cuenta con una gran cantidad de talleres que se dedican a la elaboración, producción y comercialización de jean, tomando en cuenta el censo de producción realizado por la prefectura de Tungurahua elaborado en el 2011.*

La empresa Cisnecolor Cía. Ltda., fue creada en el año 2006 en el Cantón Pelileo, sector Tambo-El Progreso, sus propietarios crearon la entidad con maquinarias básicas para su desarrollo, las que fueron expuestas a diversos riesgos, pero su objetivo principal fue alcanzar un alto reconocimiento y obtener utilidades factibles.

Para establecer la entidad fue necesario la compra de un terreno en el mismo sector valorado en \$24.000,00 este valor fue económico debido a la relación familiar de los propietarios. El nombre de la empresa Cisnecolor Cía. Ltda., fue creado en la fe y devoción que los propietarios tienen hacia la “Virgen del Cisne”.

CISNECOLOR CIA LTDA., fue puesta en marcha a partir del año 2007, brindando el servicio de lavado y tinturado de prendas de vestir en tela jean. Sus fundadores principales fueron el Sr. Cesar Silva, el Sr Carlos Llerena, el Sr. Carlos Pallasco y el Sr. Segundo Basantes.

Hasta la actualidad la empresa lograda alcanzar un alto reconocimiento dentro del cantón y de la provincia de Tungurahua y una buena ubicación en el mercado a pesar de la competencia que existe a su alrededor.

#### Misión:

Ofrecer un buen servicio que sea completo, único y de excelente calidad, brindando un tratamiento integral a las prendas y realizando tratamientos de agua para ayudar al medio ambiente.

A su vez la empresa cuenta con los mejores procesos y colaboradores comprometidos, a través de una constante innovación y diferenciación que garanticen la calidad esperada por nuestros clientes, y que al momento de recibir sus prendas se encuentren satisfechos con el proceso entregado.

#### Visión:

Llegar a ser una de las mejores Lavanderías y tintorerías en prendas de Jean en el mercado nacional y lograr que nuestro servicio sea reconocido en todo al país, mejorando día a día la calidad de nuestros procesos y de nuestro servicio.

#### Objetivos estratégicos:

- Lograr el incremento de la rentabilidad corporativa.
- Alcanzar reconocimiento nacional y la satisfacción de los clientes internos y externos de la compañía.

- Superar las expectativas de nuestros clientes en el resultado de los nuevos y antiguos procesos de tintorería y acabado textil.
- Capacitar constantemente a nuestro personal, garantizando su organización propicia.

#### Análisis FODA

**Tabla No. 3: Análisis FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
1. Experiencia en el mercado.	1. Incrementar la cantidad de trabajadores.
2. Servicio de buena calidad.	2. Ofrecer nuevos procesos de tinturación y manualidades.
3. Satisfacción de los clientes atendidos.	3. Cobertura en otros nichos del mercado.
4. Precios accesibles.	4. Proveedores dispuestos a mejores acuerdos debido a nuestros pedidos regulares.
<b>DEBILDADES</b>	<b>AMENZAS</b>
1. Bajo poder negociador con proveedores y clientes.	1. Mayor cantidad de empresas competidoras en los últimos años.
2. Publicidad escasa.	2. Contaminación ambiental a pesar de contar con planta de tratamiento de agua.
3. Número de trabajadores insuficiente por temporadas.	3. Empresas con precios menores a los ofrecidos.
4. Las oficinas no cuentan con sistemas de seguridad adecuados.	4. Aumento del costo en algunas materias primas.

**Fuente:** Empresa CISNECOLOR CIA. LTDA.

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

En lo que corresponde al Sistema de costos, la empresa Cisnecolor no cuenta con uno, es por ello que la compañía no tiene conocimientos reales de sus costos en los servicios que

ofrece, y la fijación de precios se la realiza de forma empírica, solamente basándose en los precios de la competencia, y no como en realidad deberían ser fijados, es decir; fijarlos tomando en cuenta los costos y asignando un margen de utilidad.

### **1.1.1. Descripción y formulación del problema del caso de estudio seleccionado.**

¿Cómo el sistema de costos incide en la fijación de precios para los servicios de la empresa Cisnecolor Cía. Ltda., en el año 2016?

## **1.2. Justificación**

La finalidad del análisis de caso es para demostrar que tan importante es contar con sistema de costos por procesos para poder fijar precios, y orientar a la parte administrativa a la determinación exacta de los costos inmersos del proceso de lavado y tinturado de la empresa.

Según Cuevas Carlos (2002):

*Las decisiones de fijación de precios son decisiones estratégicas sobre cuánto cobrar por los productos o servicios de una compañía. Estas decisiones afectan las ventas de la empresa y por consiguiente los ingresos y las utilidades. Aquí pretendemos analizar cómo los costos juegan papel básico en las industrias competitivas al fijar los precios.*

*El precio de un artículo o servicio es la resultante entre la demanda del producto y su oferta. Por consiguiente cualquier decisión de fijación de precios se fundamenta en las reacciones de estas dos variables económicas. Tres elementos importantes en relación con la oferta y demanda deben analizarse: Los clientes, la competencia y los costos.*

*Los clientes: Influyen en el precio a través de su efecto sobre la demanda.*

*El precio siempre ha de mirarse desde los ojos del cliente. Un precio demasiado alto puede llevar al desconocimiento del producto y a buscar sustitutos.*

*Los competidores: Todo negocio tiene que estar pendiente de las acciones de la competencia y sus precios siempre tendrán relación con los de la competencia, en el caso de productos similares y de fácil sustitución.*

*La competencia hoy se extiende más allá de las fronteras de cada país, los costos y los precios se afectan por la llegada de competidores foráneos y por las fluctuaciones en las tasas de cambio.*

*Los costos: Suelen afectar la oferta. Cuanto más bajo sea el costo respecto al precio, mayor cantidad de artículos se ofrecerán. Por consiguiente determinar todos los costos de las distintas partes de la cadena de valor, desde la investigación y el desarrollo hasta la posventa, es vital.*

*Las compañías que venden productos similares, en mercados muy competidos, no tienen control sobre el precio y aceptan el determinado por el mercado. En estos mercados la información sobre los costos es básica y ayuda a determinar la producción requerida.*

*En mercados menos competidos hay mayor o menor campo de acción para fijar los precios.*

*El tiempo y la fijación de precios: Muchas decisiones de fijación de precios son de corto plazo y tienen un horizonte inferior al año e incluyen fijar precio a una orden especial y única, sin repercusiones de largo plazo.*

*Las decisiones de largo plazo abarcan un año o más y plantean diferencias en relación con el corto plazo:*

*A. Los costos que no son relevantes en el corto plazo, como los fijos, al existir la oportunidad de modificarlos son relevantes.*

*B. Los márgenes de utilidad se establecen para obtener un rendimiento razonable sobre la inversión. (2002).*

La fijación exacta de los costos ayudará al crecimiento y desarrollo de la compañía, optimizando los recursos y permitiendo un desempeño eficaz y eficiente para explotar al máximo los distintos servicios que ofrecen.

La finalidad de este análisis es detectar los problemas que tiene la empresa con el objetivo de proporcionar información precisa y oportuna a los socios de la compañía, y a través de esto la gerencia puede adoptar medidas correctivas que ayuden a solucionar los problemas, con el fin de obtener una mejor rentabilidad para la empresa.

También se toma en cuenta que en años anteriores y en la actualidad las empresas que ofrecen este servicio, como es, el de lavado y tinturado de prendas de vestir en jean básicamente establecen sus precios dependiendo los de la competencia, sin tomar en cuenta cuáles son sus costos y gastos reales durante el proceso, como es el caso de la empresa Cisnecolor Cía. Ltda.

Se debe considerar que el sistema de Costos por Procesos, es un instrumento muy necesario para poder lograr controlar los costos y gastos, los recursos y la materia prima de la empresa, ayudando así a tomar mejores decisiones con respecto a la fijación de

precios de sus servicios y logrando que la beneficiaria principal sea la empresa, y de igual manera sus clientes, y que ellos obtengan un buen servicio con precios reales y justos.

Con la ayuda del sistema de costos por procesos, se podrá determinar cuáles son los costos reales, también se evitará desperdicios de materia prima o los demás recursos que son necesarios para brindar el servicio. Logrando así el ahorro de varios recursos y el incremento de la utilidad que para todas las empresas es muy importante

Este proyecto es factible porque ayudará como fuente de consulta para otros proyectos y para el desarrollo de otras lavanderías; ya que aporta con fuentes de información confiables que ayudan a mejorar sus estándares de calidad.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Evaluar el Sistema de costos y la fijación de precios para los servicios de la empresa Cisnecolor Cía. Ltda.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Determinar el sistema de costos, mediante un análisis del sistema anterior, para tomar medidas correctivas.
- Identificar de qué manera se determinan los precios de los servicios que brinda la empresa, mediante un análisis de kárdex, para conocer el valor real.
- Elaborar un sistema de costos por procesos para la fijación de precios de los servicios que brinda la empresa Cisnecolor Cía. Ltda.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes Investigativos

La empresa Cisnecolor Cía. Ltda., se dedica a brindar el servicio de lavado y tinturado de prendas elaboradas en tela jean para dama, caballero y niños, este servicio consiste en darte un color específico a la prenda a través de procesos. La compañía cuenta con un listado de distintos tipos de tinturados o servicios que ofrece para así satisfacer las necesidades del cliente. La compañía se encuentra ubicada en el Barrio Tambo El Progreso del Cantón Pelileo, y se pudo comprobar que luego de haber realizado una profunda investigación, existen algunos artículos científicos de distintos autores que hablan sobre los Sistemas de Costos, pero en sí, ninguno de estos artículos demuestran que tienen una relación directa con: Sistemas de costos y la fijación de precios, por lo que el presente análisis de caso se puede decir que es real y legítimo.

#### Sistema de costos

Se analizó el artículo científico de Morillo (2002) con el título: “Diseño de sistemas de costeo: Fundamentos teóricos”. *Actualidad Contable Faces*, 5(5), Pg7-22., en el cual el autor presenta los distintos tipos de costos:

*Toda empresa tiene como objetivos el crecimiento, la supervivencia, y la obtención de utilidades; para el alcance de éstos los directivos deben realizar una distribución adecuada de recursos (financieros y humanos) basados en buena medida en información de costos; de hecho son frecuentes los análisis de costos realizados para la adopción de decisiones (eliminar líneas de productos, hacer o comprar, procesar adicionalmente, sustitución de materia prima, localización, aceptar o rechazar pedidos, diseño de productos y procesos), para la planeación y el control.*

*Existen sistemas de costeo los cuales han sido utilizado tradicionalmente como los sistemas por órdenes específicas y por procesos, sistemas históricos y predeterminados, sistemas variable y absorbente; éstos pueden ser combinados, rediseñados complementados y/o adaptados a las necesidades y características específicas de cada organización. (2002).*

En el artículo científico de Morillo Marisela menciona que todas las empresas tienen como objetivo su crecimiento y obtener utilidades, y para obtener esto se debe establecer adecuadamente sus costos como son los de materia prima, mano de obra y cif. También el sistema de costos presenta varios tipos de sistemas y entre estos tipos se encuentra el sistema que se va aplicar en el presente análisis de caso que es el Sistema de Costos por Procesos, además que estos sistemas pueden ser rediseñados y adaptados a la empresa según nuestras necesidades

Según Gillezeau & Romero (2004) con el tema: “Sistema de costos de calidad como proceso de mejoramiento continuo. Revista Agora, 13, 17-42.”, en el cual los autores concluyen que:

*El nacimiento de un sistema de calidad en una organización, soportado incluso por estándares internacionales, no es garantía de excelencia en productos y servicios, ni de satisfacción automática de los clientes. La constante revisión de los procesos internos y externos, el análisis profundo de las desviaciones y el aprendizaje derivado de lo antes expuesto son muestras de lo que representa mejorar continuamente.*

*Algunos programas o técnicas desarrolladas internacionalmente, bien adecuados a las necesidades de cada organización, son elementos de aceleración para el logro del mejoramiento continuo.*

*Sin embargo, se requiere del despliegue de esta herramienta para que abarque todas las áreas de la organización, de una manera formal y estructurada y que cuente con el apoyo y el convencimiento de la dirección en el éxito del programa.*

*Por tanto, se recuerda lo expresado por Crosby (1989), en cuanto a que la única medición de desempeño en calidad es el costo de la calidad, que representa el precio de las no conformidades, como herramienta de mejoramiento continuo.*

*Sin lugar a dudas se expresa, que los costos de calidad son un medio para detectar oportunidades, para llevar a cabo mejoras en la calidad y definir prioridades.*

*Un programa de costo de calidad da credibilidad al compromiso asumido por la gerencia de empresa para lograr la calidad y alcanzar la competitividad tan deseada en el hoy mercado globalizado, permitiendo inferir los costos ocultos o desapercibidos y extender la zona de mejora.*

*Lo que se busca es crear un ambiente de trabajo donde hacer las cosas bien desde la primera vez sea el objetivo, donde la calidad sea diseñada e integrada a cada actividad en lugar de ser inspeccionada después de hecho. (2004).*



En el artículo científico anterior en sus conclusiones se afirma que el sistema de costos de calidad ayuda a las empresas a determinar y conocer el costo real de los productos fabricados y a su vez aplicar técnica o programas creados internacionalmente para el mejoramiento de calidad de los productos, estos serán aplicados de acuerdo a las necesidades de cada organización. Cuando se implemente el sistema de costos se conoce que dará eficiencia a la empresa y garantizará la buena calidad de sus productos, en cuanto a las empresas que utilizan estos métodos eficientemente pueden llegar a conocer el valor real del costo de venta, de materia prima, etc., lo que ayudará a no tener fallas al registrar la contabilidad.

### **Fijación de precios**

Según Cuevas, Fijación de Precios Costo Plus (Costo más margen) y Target Costing (Costeo Objetivo) (2002). Estudios Gerenciales, 18(83), 13-30. En el siguiente artículo científico se muestra las decisiones que son importantes para la fijación de precios y a su vez los elementos importantes que influyen:

*Las decisiones de fijación de precios son decisiones estratégicas sobre cuánto cobrar por los productos o servicios de una compañía. Estas decisiones afectan las ventas de la empresa y por consiguiente los ingresos y las utilidades.*

*El precio de un artículo o servicio es la resultante entre la demanda del producto y su oferta.*

*Por consiguiente cualquier decisión de fijación de precios se fundamenta en las reacciones de estas dos variables económicas. Tres elementos importantes en relación con la oferta y demanda deben analizarse: Los clientes, la competencia y los costos.*

*Los clientes: Influyen en el precio a través de su efecto sobre la demanda. El precio siempre ha de mirarse desde los ojos del cliente. Un precio demasiado alto puede llevar al desconocimiento del producto y a buscar sustitutos.*

*Los competidores: Todo negocio tiene que estar pendiente de las acciones de la competencia y sus precios siempre tendrán relación con los de la competencia, en el caso de productos similares y de fácil sustitución.*

*La competencia hoy se extiende más allá de las fronteras de cada país, los costos y los precios se afectan por la llegada de competidores foráneos y por las fluctuaciones en las tasas de cambio.*

*Los costos: Suelen afectar la oferta. Cuanto más bajo sea el costo respecto al precio, mayor cantidad de artículos se ofrecerán. Por consiguiente determinar todos los costos de las distintas partes de la cadena de valor, desde la investigación y el desarrollo hasta la posventa, es vital. (2002).*

De acuerdo con el autor Cuevas Carlos expresa que para la fijación de precios existen algunas estrategias que son importantes para establecer el precio de un producto y que también debe constar de los tres elementos que son realmente importantes para la fijación, los cuales son los clientes que influyen directamente con la demanda y que el bien o servicio debe estar al alcance del consumidor o cliente, los competidores se debe estar pendiente de las acciones diarias de la competencia y que los precios de los bienes o servicios tengan precios similares y para los costos se deben tomar en cuenta que cuando más bajos sean los costos del bien o servicio, se venderá mucho más.

Según Thompson (2007): Con el tema “Estrategias de precios”. Promonegocios. El autor menciona una definición y los distintos tipos de estrategias para la fijación de precios las cuales se muestran a continuación:

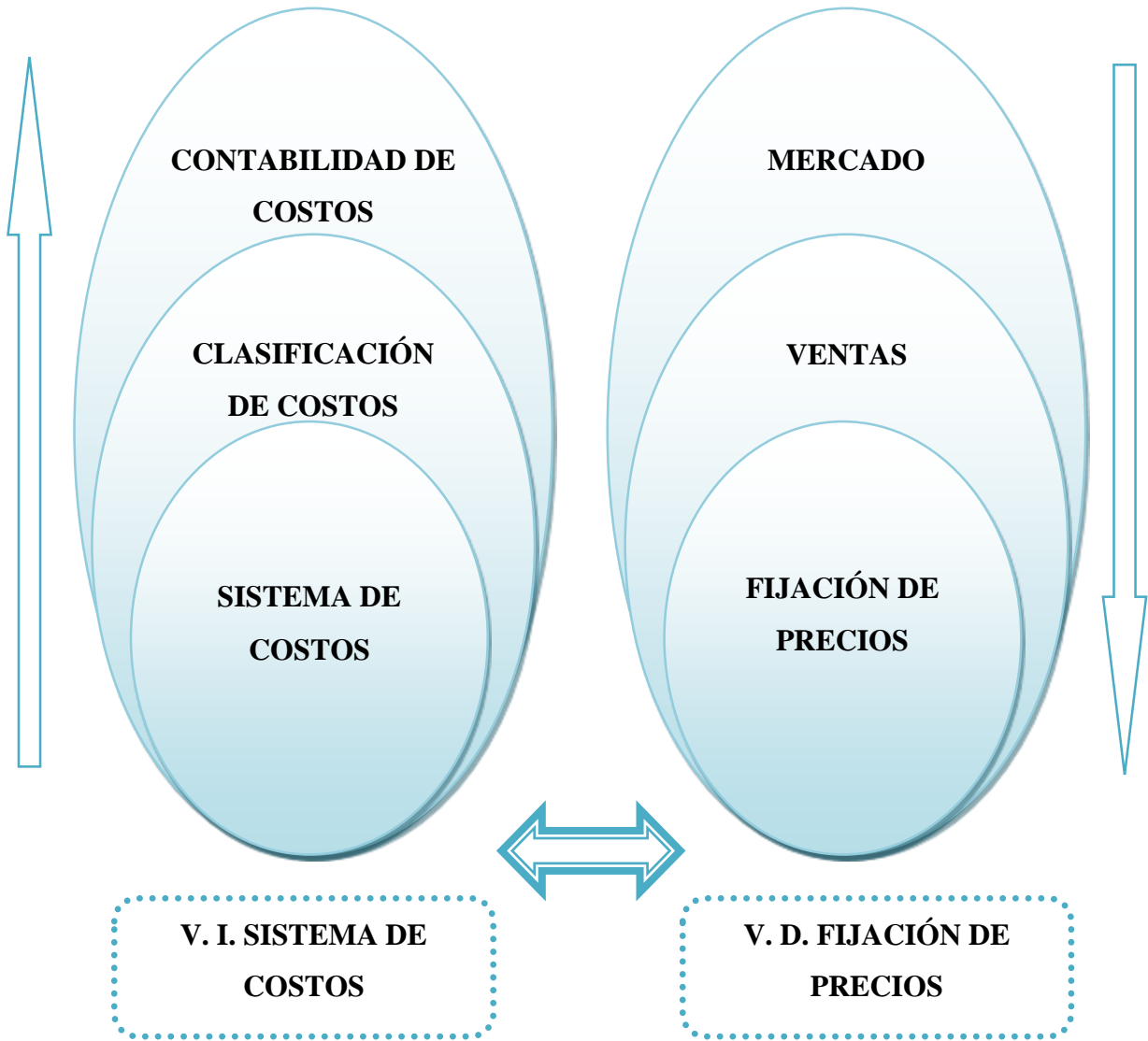
*Estrategia de precios es un conjunto de principios, rutas, directrices y límites fundamentales para la fijación de precios inicial y a lo largo del ciclo de vida del producto, con lo cual, se pretende lograr los objetivos que se persiguen con el precio, al mismo tiempo que se mantiene como parte de la estrategia de posicionamiento general.*

*Según diversos expertos en temas de mercadotecnia, las principales o más usadas estrategias de precios son las siguientes: Estrategia de Descremado de Precios, Estrategias de Precios de Penetración, Estrategias de Precios de Prestigio, Estrategias de Precios Orientadas a la Competencia, Estrategias de Precios Para Cartera de Productos, Estrategias de Precios por Áreas Geográficas. (2007).*

De acuerdo con el autor Thompson las estrategias de precios son un conjunto general de principios que ayudan a fijar los precios de los productos, y para la fijación se debe tomar en cuenta que existen varios tipos de estrategias de precios, en los cuales se puede determinar cuál es la correcta estrategia de precios a aplicar en la organización de acuerdo al bien o servicio que se brinde.

**2.2. Fundamentación científico – técnica.**

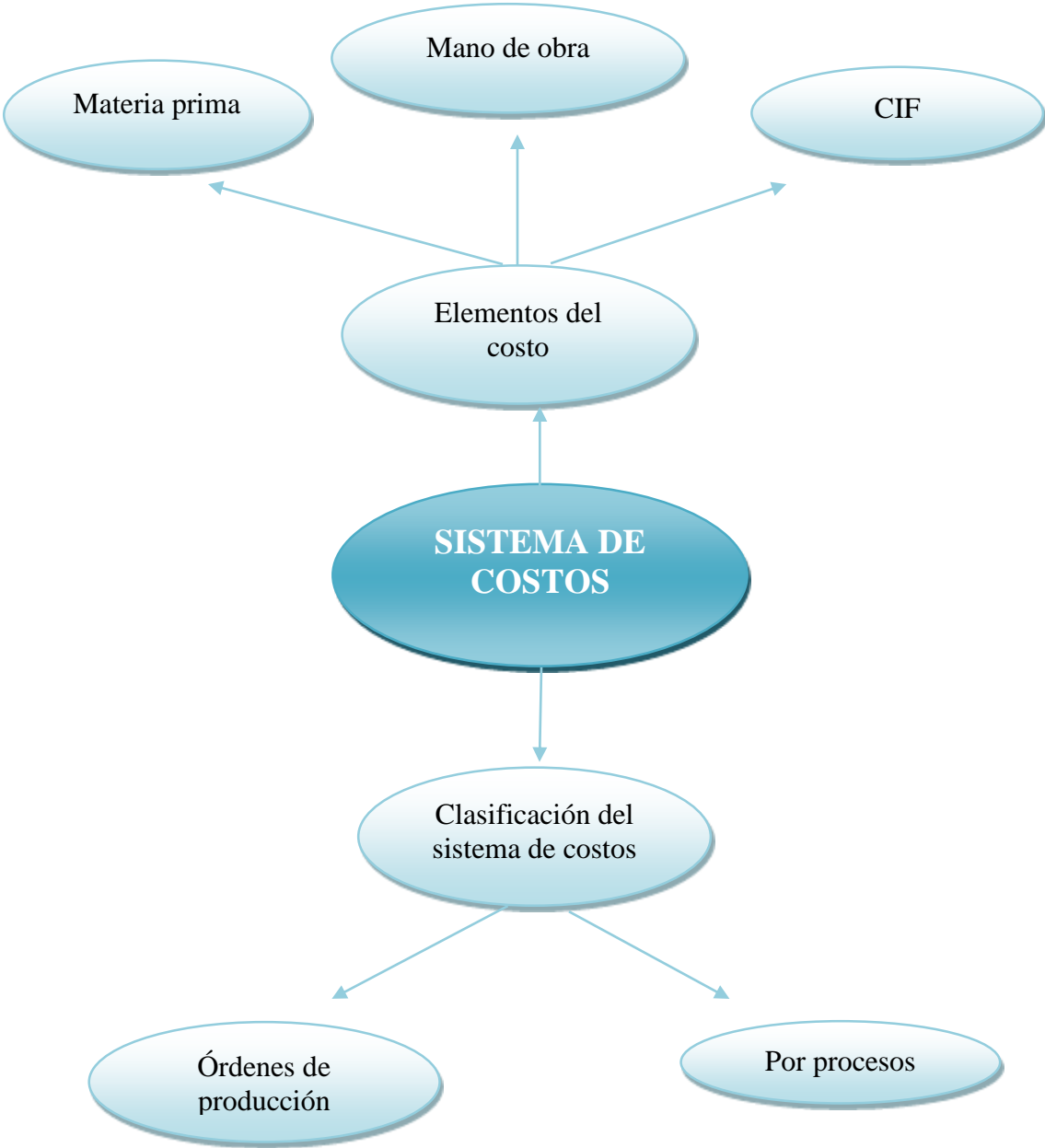
**Gráfico No. 1. Subordinación de Variables**



**Fuente:** Empresa Cisnecolor Cía. Ltda.  
**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

2.2.1. Subordinación Conceptual variable independiente

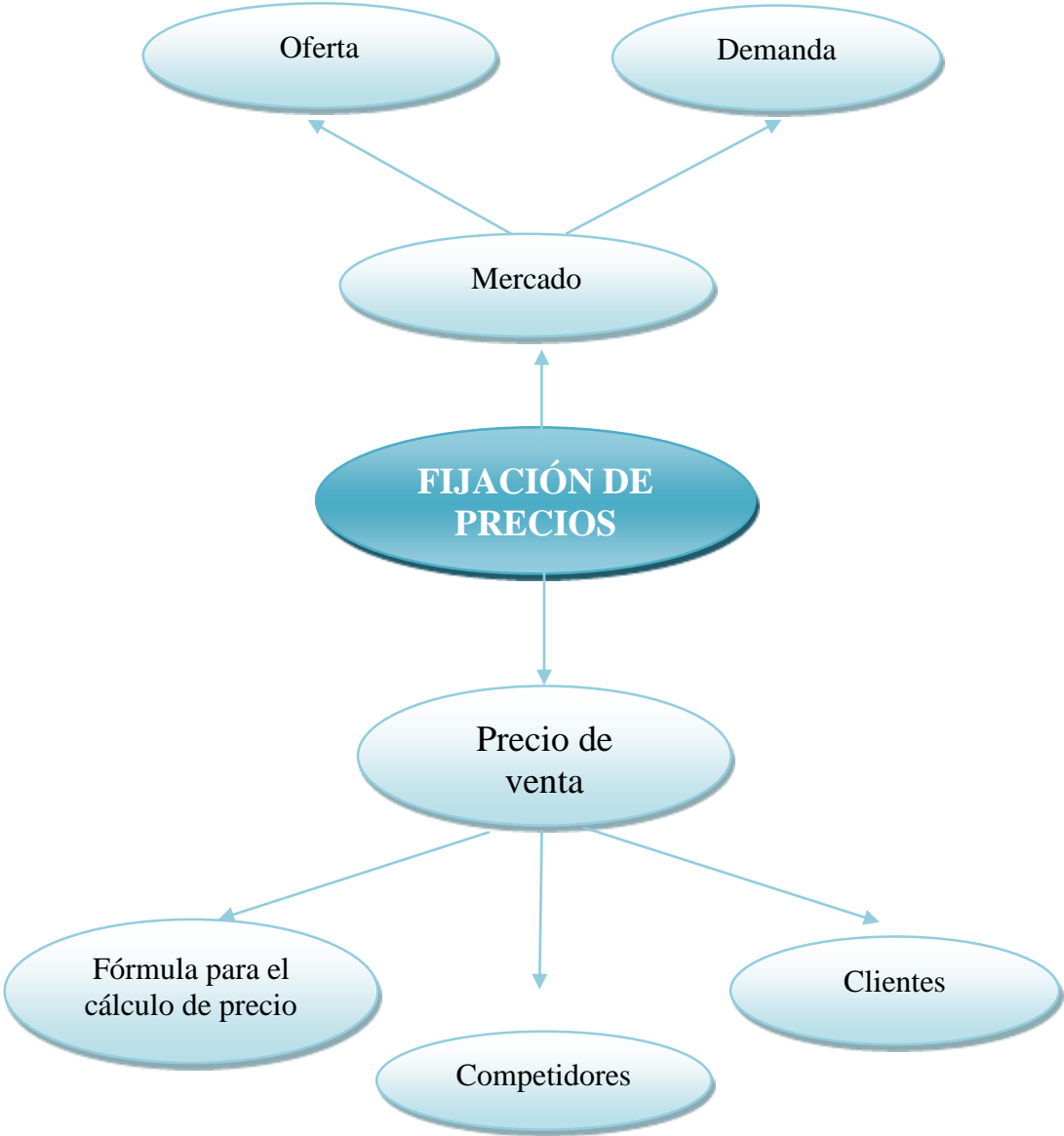
Gráfico No. 2. Subordinación Variable Independiente



Fuente: Empresa Cisnecolor Cía. Ltda.  
Elaborado por: Silva Aracely, (2017)

2.2.2. Subordinación Conceptual variable dependiente

Gráfico No. 3. Subordinación Variable Dependiente



Fuente: Empresa Cisnecolor Cía. Ltda.  
Elaborado por: Silva Aracely, (2017)

### **2.2.3. Variable Independiente – Sistema de costos**

#### **Contabilidad**

Según Horngren C. (2003) DEFINE: “Contabilidad es un sistema de información que mide las actividades de las empresas, procesa esta información en estados y comunica los resultados a los tomadores de decisiones”.

Para el autor Flower (1997) la contabilidad es:

*Un elemento del sistema de información de un ente, que proporciona datos sobre su patrimonio y su evolución, destinados a facilitar las decisiones de sus administradores y los terceros que interactúan con él en cuanto se refiere a su relación actual o potencial con el mismo.*

Según el autor Zapata Pedro (2011):

*La contabilidad se encarga del reconocimiento de los hechos que afectan el patrimonio; de la valoración justa y actual de los activos y obligaciones de la empresa, y de la presentación relevante de la situación económico-financiera. Esto se hace por medio de reportes específicos y generales preparados periódicamente para que la dirección pueda tomar las decisiones adecuadas que apuntalen el crecimiento económico de manera armónica, responsable y ética en las entidades que lo usen.*

#### **Costo**

Según Aguirre (2004) el costo:

*Se define como costo de un bien, servicio o actividad el valor razonable de todos los conceptos o recursos requeridos para la elaboración o adquisición de un bien, para la prestación de un servicio o en el desarrollo de una actividad; dichos recursos se clasifican en los denominados elementos o componentes del costo.*

Para el autor Vejar, (2002, pág. 9) “El costo mide el sacrificio económico en el que se incurre para alcanzar las metas de una organización”.

Según los autores Horngren & Foster (1991, pág. 23): “El costo son los recursos sacrificados o perdidos para alcanzar un objetivo específico, por el momento debe considerarse que los costos se miden en la forma contable convencional, como las unidades monetarias que se tienen que pagar por los bienes y servicios”.

### **Contabilidad de costos**

Según Cuevas Carlos (2001) la contabilidad de costos:

*Desempeña un papel destacado en los informes financieros, pues los costos del producto o del servicio son un componente de significativa importancia de la determinación del ingreso y en la posición financiera de toda la organización. La asignación de los costos es, también, básica en la preparación de los estados financieros. En general, la contabilidad de costos se relaciona con la estimación de los costos, los métodos de asignación y la determinación del costo de bienes y servicios.*

Para los autores Rocafort & Vicent (2008, pág. 11):

*La contabilidad de costes ha sido definida de formas muy diversas, valga como demostración la diversidad de denominaciones que experimenta: contabilidad de costes, contabilidad industrial, contabilidad analítica de explotación. La contabilidad de costes puede definirse como una técnica de medición y análisis de resultado interno de la actividad empresarial.*

Los autores Horngren, Datar, & Rajan (2012, pág. 4) mencionan que: “La contabilidad de costos mide analiza y reporta información financiera y no financiera relacionada a los valores de aprovechamiento de los bienes al interior de una industria”.

Luego de haber analizado los criterios de cada uno de los autores se podría decir que la contabilidad de costos es una técnica de medición y análisis que consiste en la asignación de un valor razonable a todos los recursos necesarios en la elaboración o adquisición de un bien o servicio, también es básica en la elaboración y preparación de los estados financieros.

## **Objetivos de la contabilidad de costos**

Según Rocafort & Vicent (2008, pág. 11):

*El objetivo principal de la contabilidad de costes es, por tanto, ser una herramienta útil para el empresario en el proceso de toma de decisiones. Trascendiendo el objetivo principal a favor de los objetivos específicos, cabe señalar:*

- *La obtención y determinación del coste de los productos, centros y del total de la empresa.*
- *La fijación de los precios de venta.*
- *El control, valoración y formación de los inventarios permanentes.*
- *La determinación del resultado interno.*
- *El control de la explotación de la empresa.*

Para el autor según su opinión lo más importante y el objetivo principal de la contabilidad de costos es ser un instrumento de gran utilidad para el administrador, gerente y contador de la empresa para la toma de decisiones, también con la ayuda de los objetivos específicos.

## **Elementos del costo**

Según Rocafort & Vicent (2008):

*De acuerdo a los criterios obtenidos del autor los elementos del costo son: la materia prima que son todos los materiales que son sometidos a transformación física o química, y la cual consta de materia prima directa y materia prima indirecta, la mano de obra que es todo el esfuerzo físico que se invierte para crear un producto, y consta de mano de obra directa y mano de obra indirecta, y los costos indirectos de fabricación son todos los costos diferentes de materia prima y mano de obra que intervienen que el proceso como los fletes, luz, energía, gastos de viaje, gastos de gestión, etc. (pág. 11).*

## **Materia prima**

Según GARCIA (2008, pág. 16) materia prima “Son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados”.



- **Materia Prima Directa**

Son todos los materiales sujetos a transformación, que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

- **Materia Prima Indirecta**

Son todos los materiales sujetos a transformación, que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

**Mano de obra**

Es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados.

- **Mano de Obra Directa**

Son los salarios, prestaciones y obligaciones que den lugar de todos los trabajadores de la fábrica, cuya actividad se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

- **Mano de Obra Indirecta**

Son los salarios, prestaciones y obligaciones que den lugar de todos los trabajadores y empleados de la fábrica, cuya actividad no se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados. (pág. 16).

**Costos Indirectos de fabricación**

Para el autor Garcia (2008, pág. 17) “Intervienen en la transformación de los productos pero no se identifican o cuantifican plenamente con la elaboración de partidas específicas de producción”.

**Clasificación de los costos**

Según el autor Rojas, Sistema de Costos un Proceso para su Implementacion (2007)

*Según su función*

1. *Costo de producción: son los que se generan durante el proceso de transformar la materia prima en un producto final.*

- *Materia prima: son todos los materiales que pueden identificarse cuantitativamente dentro del producto y cuyo componente es considerable.*
- *Mano de obra directa: es la remuneración en salario o en especie, que se ofrece al personal que interviene directamente para la transformación de la materia prima en un producto fina.*
- *Costos indirectos de fabricación: determinados también carga fabril, gastos generales de fábrica o gastos de fabricación. Son aquellos costos que intervienen dentro del proceso de transformar la materia prima en un producto final y que son distintos a materia directo y mano de obra directa*

2. *Costos de administración: son los que se originan en el área administrativa.*

3. *Costos de distribución o ventas: son los que se incurren en el área que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el consumidor final.*

*Según su identificación con una actividad, departamento o producto.*

1. *Costo Directo: es el que se identifica plenamente con una actividad, departamento o producto.*
2. *Costo Indirecto: es el que no se puede identificar con una actividad determinada.*

*Según al tiempo en que fueron calculados.*

1. *Costos Históricos: son los que incurren en un determinado periodo.*
2. *Costos Predeterminados: son los que se establecen antes del hecho físico de la producción y pueden ser: estimados o estándar.*

*Según su comportamiento.*

1. *Costos variables: son aquellos cambian o fluctúan en relación directa a una actividad o volumen dado.*
2. *Costos fijos: son aquellos que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen de producción.*

*Según al tiempo en que se enfrentan a los ingresos*

1. *Costos del producto. Son los que se identifican directa o indirectamente con el producto. Están dentro de ellos: material directo, mano de obra, carga fabril. Estos tienen la particularidad de tenerse en inventarios hasta cuando se vende, situación en la cual se enfrenta a los ingresos para dar origen a los beneficios.*
2. *Costos del periodo: son los que no están ni directa ni indirectamente relacionados con el producto, no son inventariados. Se caracterizan por ser cancelados inmediatamente estos se originan, ya que no puede determinarse ninguna relación con el costo del producción. (2007).*

## **Sistema de costos**

*Según el autor Aguirre (2004) El sistema de costeo se puede manejar en forma manual o mediante un procedimiento sistematizado, cumpliendo con unos requisitos de información básicos para diferentes aéreas de la entidad de acuerdo a los requerimientos de las mismas, y cuyas actividades se pueden centralizar en una sola dependencia o hacer parte activa de cada una de las aéreas responsables de proveer los datos necesarios para cumplir con los con objetivos del sistema.*

Los autores Charles, Gary, & William, 2006) expresan que:

*Todas las organizaciones manufactureras, de servicios y no lucrativas necesitan alguna forma de contabilidad de costos, que es la parte del sistema de administración de costos que mide estos para propósitos de toma de decisiones gerenciales y elaboración de informes financieros. Los administradores dependen de los contadores para diseñar un sistema contable de costos.*

Para los autores Lara & Hernández (2007):

*Los sistemas de costo, son métodos que se utilizan para conocer los costos de los diferentes productos o servicios.*

*Los sistemas de costos se diseñan para acumular, analizar, clasificar y contabilizar los diversos costos directos e indirectos asociados con la operación, producción y la comercialización de los bienes y servicios, los contadores de costos desempeñan un papel muy importante en la coordinación de datos internos y externos a efecto que los administradores puedan formular mejores planes y controlar las actividades (pág. 9).*

“Un sistema de contabilidad de costos, está formado por una serie de formularios o modelos diarios, mayores, asientos e informes administrativos integrados dentro de una serie de procedimientos, de tal manera que los costos unitarios puedan ser determinados rápidamente y ser usados al adoptarse las decisiones de la gerencia”. Neuner & Deskin (1993).

“Un sistema de contabilidad de costos es el conjunto de registros que se establecen en una empresa industrial con el fin de controlar en términos cuantitativos, las operaciones

relacionadas con la producción de satisfacciones, para informar de manera oportuna y accesible sobre ellas”. Casigne & Cervantes (1981).

El sistema de costos es un conjunto de técnicas contables y de procedimientos que se aplican en las organizaciones o empresas con el propósito de determinar los costos reales de todos los diferentes recursos que intervienen en el proceso de elaboración del bien o servicio que se brinda, a través de la información obtenida se puede determinar un control de costos y posteriormente sirve para la toma de decisiones.

### **Objetivos del sistema de costos**

Según el autor Aguirre Jose (2004) los objetivos son:

*Un sistema de costeo tiene los siguientes objetivos básicos:*

- *Determinar el costo de los productos fabricados y vendidos, de los servicios prestados o de las actividades desarrolladas.*
- *Determinar el valor de los inventarios representados en materiales y suministros, productos o servicios en proceso de elaboración y productos terminados y en almacén para ser vendidos, o servicios pendientes de factura (2004).*

Para el autor Jimenez & Espinoza (2006):

*Un sistema de costos bien diseñado, acorde con las características de la empresa y que tome en consideración las posibilidades y limitaciones de la organización tendrá como objetivo principal determinar, acumular e informar acerca del costo unitario y ofreciendo la seguridad de que la información proporcionada a la gerencia será un medio eficaz para la toma de decisiones (2006).*

*También el sistema de costos debe servir para alcanzar los siguientes objetivos específicos:*

- *Proporcionar información costeo servicios, productos, secciones.*
- *Determinar costos por productos, unidades, departamentos, procesos y proyectos.*
- *Control de costos de producción, distribución, administración y financieros.*

De acuerdo a las opiniones de los autores el sistema de costos tiene algunos objetivos que pueden ser establecer el costo de los bienes y servicios elaborados y vendidos y establecer el valor de los inventarios de productos o servicios que se encuentran en

proceso de fabricación y de los productos terminados que se encuentran en bodega listos para la venta.

### **Clasificación de los Sistemas de costos**

Según Jimenez & Espinoza, Costos Industriales (2006) la clasificación puede ser la siguiente:

*Desde un punto practico, los sistemas de costos se clasifican de la siguiente manera:*

*En atención a la fecha que se obtiene:*

- *Históricos o reales: Absorbentes o directos.*
- *Predeterminados: Estimados o Estándar, a su vez, pueden ser Absorbentes o directos.*

*En atención a la forma en que operan dichos sistemas:*

- *Absorbentes*
- *Directos, marginales o variables.*

*En atención a las características de la producción*

- *Ordenes de producción o proyectos: a su vez estos pueden ser históricos o predeterminados: estos últimos pueden ser absorbentes o directos y los predeterminados estándar o estimados.*
- *Por procesos: Históricos o predeterminados: estos a su vez absorbentes o directos y los predeterminados estándares o reales.*

### **Costeo absorbente**

Según Aguirre Flórez, (2004, pág. 35):

*La teoría del costeo por absorción o total contempla que la determinación del costo de producción de bienes, servicios o actividades está compuesto únicamente por los costos directos u operativos y los costos indirectos de los procesos, centros de costos o áreas de responsabilidad productivas. De acuerdo con esta teoría, los costos de producción -directos e indirectos- afectan las utilidades del período dependiendo únicamente de la cantidad de bienes o producto producidos y vendidos, o servicios prestados y facturados durante el período.*

El costeo absorbente es el que contempla la materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación fijos y variables. La empresa aplicará este método debido a la naturaleza de los costos que implican la prestación de este servicio.

### **Costeo variable**

Según Aguirre Flórez, (2004):

*La teoría del costeo directo, variable o marginal considera inicialmente que el costo de producción de bienes o servicios sólo debe asumir los costos directos causados en la producción de los mismos, y adicionalmente contempla que el costo de ventas del bien o servicio debe incorporar todos los gastos directos de distribución, comercialización, mercado y/o ventas plenamente identificados, para así determinar el costo total directo del bien económico, el cual permite obtener un margen de rentabilidad más razonable por producto o servicio que el calculado bajo la teoría del costeo por absorción. Bajo condiciones de desarrollo normal de una empresa, esto es, que el volumen de producción es superior a la cantidad de unidades vendidas y los saldos de unidades al finalizar el período contable son también mayores a los saldos iniciales, esta teoría económica origina menores utilidades, por cuanto los costos indirectos de producción causados en el período afectan en su totalidad los resultados del mismo, sin importar la cantidad de unidades producidas y vendidas o servicios prestados y facturados, como sí se presenta en la teoría del costeo por absorción.*

La clasificación del sistema de costos que se va aplicar en el análisis de caso es el sistema de costos por procesos debido a que la empresa brinda el servicio de lavandería y tintorería, y para realización estos servicios las prendas pasan de departamento en departamento, pasando cada proceso, y al llegar al final del procedimiento quedaría como producto terminado.

### **Sistema de costos por procesos**

*Según Sarmiento (2010): Este sistema se aplica generalmente en empresas donde el proceso de producción es continuo, en serie, en gran escala; para artículos similares y en varios procesos, entendiéndose como proceso los pasos que debe seguir o las diferentes etapas que necesariamente deben cumplirse hasta la obtención de un artículo. Los costos se acumulan por cada proceso o departamento de producción, hasta su terminación; para así determinar el costo total unitario, por ejemplo en*

*industrias textiles, empresas mineras, empresas donde mezclan productos químicos, etc.*

Para los autores Barfield, Raiborn, & Kinney (2004):

*El costo por procesos es aplicable a aquel tipo de producción que implica un proceso continuo y que da como resultado un alto volumen de unidades de producción idénticas o casi idénticas. Aun cuando existe un número de complejidades implícitas en el costeo por procesos, la idea básica implica simplemente el cálculo de un costo promedio por unidad. La técnica es visible en tres etapas 1. Medición de la producción obtenida en un periodo. 2. Medición de los costos en que se incurre en el periodo. 3. Calculo del costo promedio repartiéndolo el costo total a lo largo de toda la producción.*

Según los autores Horngren & Foster, Contabilidad de Costos un Enfoque Gerencial (1996) “Los sistemas de costeo por procesos se usan para el costeo de inventarios cuando existe una producción continua en gran escala de unidades iguales, en contraste con la producción de productos hechos a la medida o únicos, en sistemas de órdenes de trabajo”.

Según Reyes (2008) “Este sistema se emplea en aquellas industrias cuya producción es continua y en masa, existiendo uno o varios procesos para la transformación de la materia.

Según Gimenez (1996) “La contabilidad de costos por proceso se aplica en las industrias para costear los inventarios cuando existe una producción continua en masa de unidades semejantes”.

El sistema de costos por procesos son los diferentes procesos fabricación a los cuales se someten los materiales hasta convertirse en producto terminado, esto se da en las empresas industriales, manufactureras que necesitan de varios procesos para elaborar el producto como el de pasar de una área o departamento a otro.

## **Naturaleza del costeo por procesos**

*Para los autores Horngren & Foster, Contabilidad de Costos un Enfoque Gerencial (1996): Todos los costeos de productos usan promedios para determinar los costos unitarios de la producción. El costo unitario promedio quizá sea relativamente estrecho, como es el caso de la producción de una orden de impresión en particular en el costeo por órdenes de trabajo. En contraste, el promedio puede ser relativamente amplio, como es el caso en la producción de cerveza en el costeo por procesos. El costeo por procesos es un sistema que aplica los costos a productos similares que se producen por lo general en grandes cantidades y en forma continua a través de una serie de pasos de producción.*

## **Objetivos de costeo por procesos**

Según Gómez (2005):

*El sistema de costeo por procesos cumple dos objetivos esenciales:*

- 1. Calcular, en un tiempo determinado, los costos de producción de un proceso particular que se puede realizar en un solo departamento de producción o en varios.*
- 2. Ayudar a la gerencia de una empresa en el control de los costos de producción, a través de los informes que sobre cada departamento o centro de costos debe rendir el Departamento de contabilidad, con base en los datos suministrados por esos mismos centros. Con estos informes, la gerencia puede mantener un adecuado control de la producción, aunque solo sea después de que ésta ha terminado, exigiendo una mayor eficiencia cuando así se requiera. Además dispone de la herramienta esencial los costos de producción para determinar nuevas políticas de precios, teniendo en cuenta las necesidades de los consumidores y los precios que ofrecen las firmas competidoras.*

## **Características básicas del costeo por procesos**

Según Vejar, Gastón (2002)

*En varios ejemplos que se plantean de costos de producción en uno o varios procesos, se identifican con los sistemas contables de costos que en la práctica se conocen como industrias de producción en masa, las cuales tienen la característica particular del manejo de grandes volúmenes de materiales que se mueven a través de varios procesos o departamentos, en una sucesión de continuidad que en ocasiones llega a trabajarse las veinticuatro horas del día durante periodos indefinidos. En este tipo de industrias normalmente la producción no está sujeta a interrupciones ni diversificaciones, pues resultaría muy costoso para la empresa detener la producción*



*para introducir cambios, ya que esto podría originar pérdidas, sino que se desarrolla en una forma continua e ininterrumpida, mediante la afluencia constante de los materiales a través de los diversos procesos de transformación, procesos que pueden ser consecutivos o paralelos (son procesos paralelos cuando la transformación de las materias primas se lleva a cabo en departamentos separados y convergen posteriormente en procesos consecutivos). Los costos de manufactura se registran en una cuenta de producción en proceso para cada uno de los departamentos (secciones o procesos). Las unidades terminadas, junto con sus correspondientes costos, se van transfiriendo de un proceso a otro. Los costos unitarios se calculan dividiendo los costos acumulados en cada proceso entre la producción total equivalente del mismo. El informe de producción por proceso es el documento clave para rastrear las actividades y los costos de manufactura. El cierre de los periodos de costos no implica, necesariamente, la suspensión de las actividades de la producción.*

*Dentro de las características del sistema de costos por procesos se podría resumir como: los costos se registran en áreas o departamentos, cada departamento tiene su propio proceso, los costos unitarios son determinados en los departamentos en cada periodo, los bienes terminados y sus costos se trasladan juntos al siguiente área o departamento, y cuando llega al final de los procesos los costos totales se van acumulado y se usa para determinar el costo de los bienes terminados. (pág. 11)*

## **Diseño de un sistema de costos por procesos**

Para el autor Gómez, Oscar (2005):

*Cuando se trata de instalar un sistema de costeo por procesos en una empresa de transformación, uno de los primeros pasos que se debe dar es elaborar una carta de flujo de trabajo, en la cual se delimiten con claridad tanto los departamentos de producción como de los servicios.*

*Los departamentos de producción incurrirán en costos por materiales, mano de obra y costos indirectos de fabricación; los de servicios, en cambio, sólo incurrirán en costos indirectos de fabricación que posteriormente deberán ser absorbidos por los costos de producción.*

*El paso siguiente en el diseño de un sistema de costeo por procesos es la fijación de los centros de costos o áreas de responsabilidad de la producción que, como se dijo antes, serán la base para efectos de control por parte de la gerencia. (2005)*

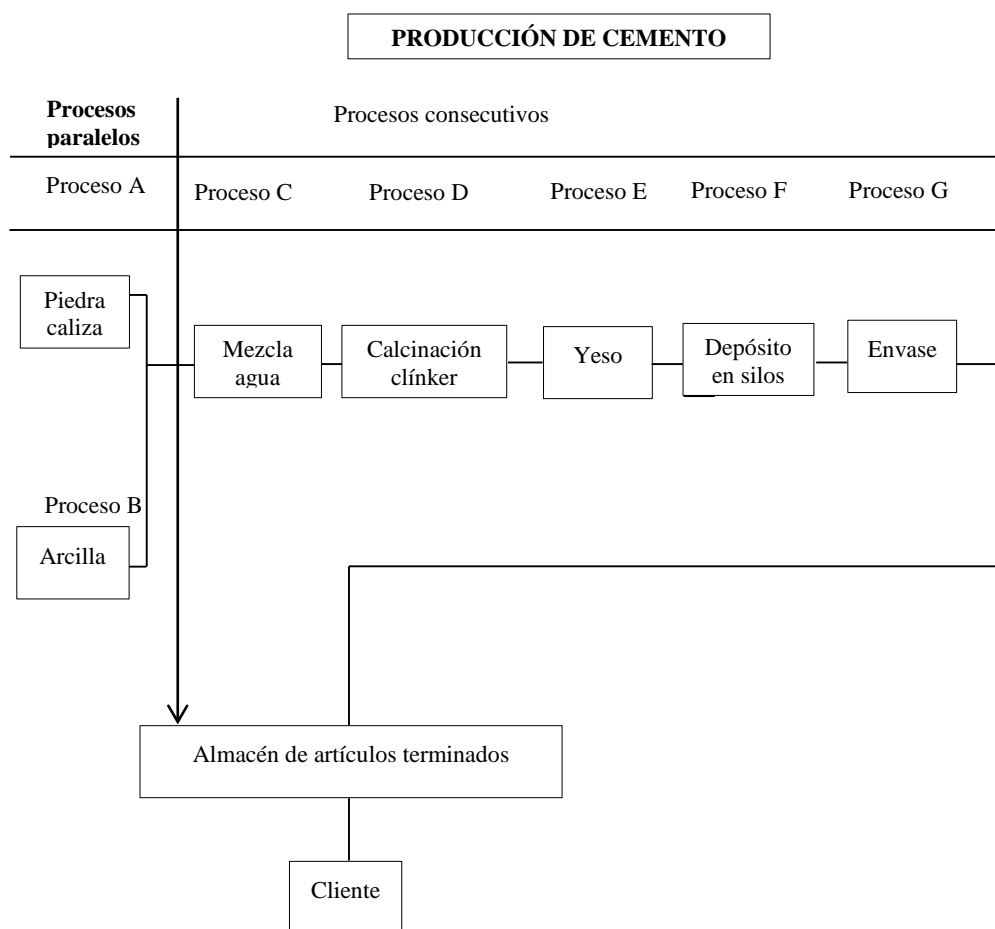
## **Ejemplo 1**

El autor Vejar Gastón (2002, pág. 12) muestra a continuación el siguiente ejemplo de costos de producción por procesos:

*Por las peculiaridades de estos sistemas productivos, el contador de costos, ante la necesidad de obtener los estados financieros correspondientes con la periodicidad*

establecida, confronta ciertos problemas en cada fase o proceso, siendo estos, principalmente: la valuación de las unidades pendientes de terminar que hayan quedado al finalizar el periodo contable, y la estimación de los desperdicios.

**Gráfico No. 4:** Ejemplo 1 de Diseño de Costo por Procesos – Primer Caso



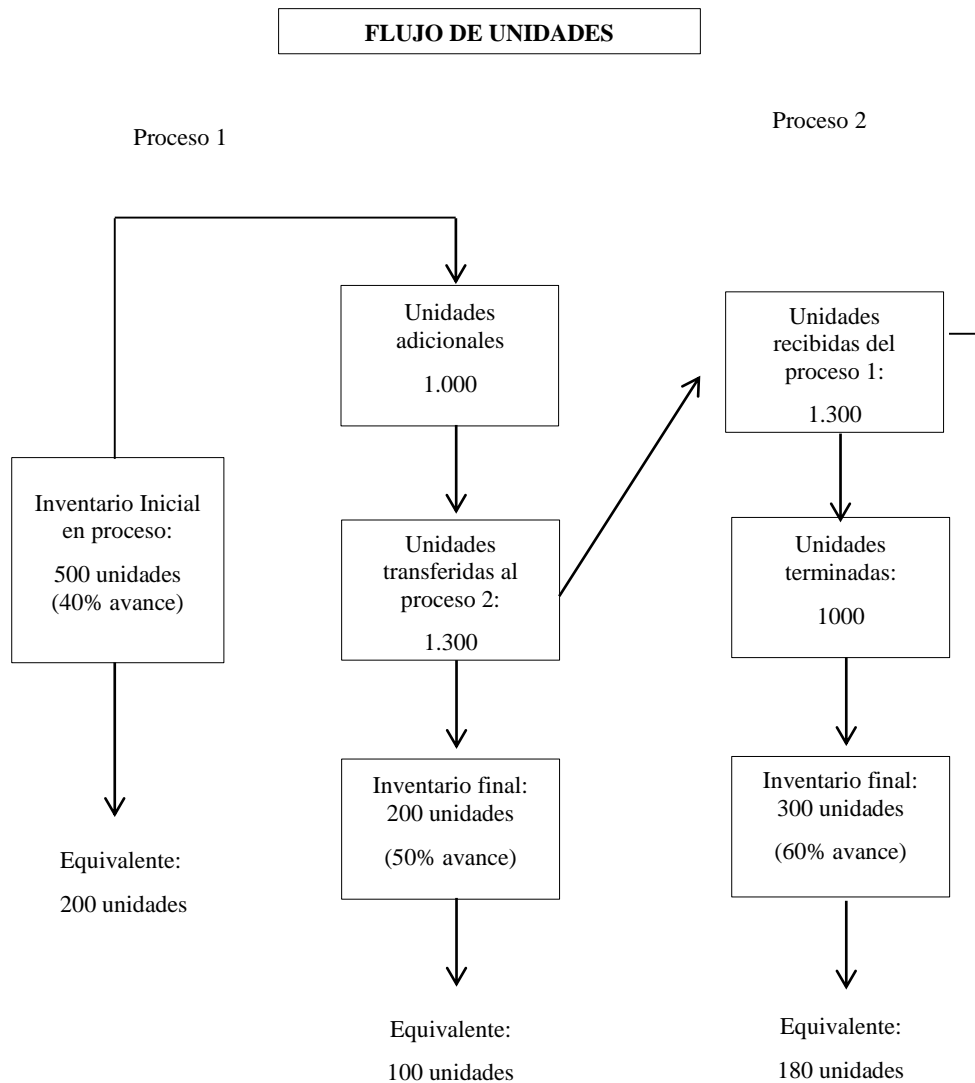
**Fuente:** Vejar Gastón (2002)

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

*En el primer caso, el costo total incurrido en cada sección o departamento, se aplica tanto a las unidades terminadas como a las unidades parcialmente elaboradas que quedaron en el inventario final de producción en proceso. Sin embargo, debido a que las unidades parcialmente terminadas han usado una menor cantidad de insumos y recursos que las unidades terminadas, aplicar el costo total a las unidades físicas resulta inapropiado. En lugar de ello, los contadores convierten las unidades en proceso en unidades terminadas equivalentes, aplicando al volumen en proceso el grado de avance que a la fecha del cierre contable estimen los técnicos de la producción, por lo que se cae, forzosamente, en ciertas exactitudes, pero es un*

artificio del que se vale la contabilidad para salvar este tipo de obstáculos. (2002, pág. 12)

**Gráfico No. 5:** Ejemplo 1 de Diseño de Costo por Procesos – Segundo Caso



**Fuente:** Vejar Gastón (2002)

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

*En el segundo caso, aun cuando algunas industrias reconocen que la perdida de unidades es un aspecto inevitable en sus operaciones de manufactura, toda empresa debería fijar límites normales de tolerancia para tales perdidas. Las unidades se pierden debido a malos manejos de los materiales, al deterioro de los mismos, a*

instalaciones defectuosas o a los mismos procesos de evaporación, entre otros aspectos. Lo deseable es que los desperdicios en cada proceso se eliminen totalmente o se reduzcan al mínimo, pero la administración debe aceptar algún grado de pérdida inherente al proceso productivo, porque es imposible evitar completamente el desperdicio en la producción. Esto origina que se apliquen determinadas técnicas para cuantificar y asignar costos a los desperdicios.

Uno de los procedimientos utilizados en las industrias para evaluar las unidades echadas a perder en cada proceso, consiste en considerar un margen de pérdida normal dentro de ciertos límites de tolerancia en relación con el volumen de la producción, y considerar como pérdidas extraordinarias aquellas que rebasen ese límite, pero, en todo, caso, dependerá de las características de cada industria en particular, aplica los costos a las unidades que se pierden en cada proceso.

Los límites de tolerancia para una pérdida normal se pueden expresar con base en un porcentaje sobre las unidades en buen estado (unidades terminadas más equivalentes a la producción en proceso). También, dicho límite se podría fijar sobre el total de unidades procesadas (unidades terminadas más unidades correspondientes a la producción en proceso). Pero aplicando cualquiera de estos enfoques, los contadores pueden determinar el costo de las pérdidas normales y extraordinarias debido a circunstancias evitables o inevitables. (pág. 12).

## Ejemplo 2

En este caso también Vejar Gastón (2002, pág. 19) plantea un problema más real de Producción de un artículo en proceso. Sin inventario inicial de producción en proceso. Desperdicios normales y extraordinarios. Procedimiento: Costo Promedio Ponderado.

### Planteamiento caso práctico

La compañía Industrial Manufacturera, S.A., proporciona los siguientes datos durante el mes de diciembre:

**Tabla No. 4: Saldos iniciales compañía Industrial Manufacturera, S.A**

<b>Saldos iniciales:</b>	
Almacén de materias primas	\$ 75,000.00
Almacén de artículos terminados	\$180.000,00
(12.000kg de artículos a \$15,00 por kg)	
<b>Operaciones durante el mes:</b>	
1. Compra de materias primas a crédito	\$ 100,000.00
2. Materias primas directas utilizadas según vales de salida de almacén	\$ 53,480.00
3. Materias primas indirectas utilizadas según vales de salida de almacén.	\$ 23,500.00

4. Otros cargos indirectos pagados	\$ 28,000.00
5. Mano de obra directa pagada	\$ 93,590.00
6. Mano de obra indirecta pagada	\$ 82,200.00
7. Ventas a crédito (20.000kg a \$25,00 por kg)	
8. Gastos de venta pagados	\$ 100,000.00
9. Gastos de administración pagados	\$ 50,000.00

<b>Informe de producción del mes de diciembre:</b>	
Unidades procesadas durante el mes de diciembre	30.000 kg
Unidades terminadas transferidas al almacén	24.000kg
Unidades en proceso (con 40% de equivalencia en sus 3 elementos)	5.000 kg
Desperdicio total desechable (margen para desperdicio normal: 1% de la producción en buen estado).	1.000 kg

**Fuente:** Vejar Gastón, Contabilidad de costos por procesos (2002)

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

**Se pide:**

- a) *Calcular producción equivalente, costos unitarios y costo de producción y ventas.*
- b) *Registrar operaciones en esquemas de mayor por el procedimiento de costos completo (se omite el del IVA y otros impuestos, para hacer más sencilla la comprensión del procedimiento).*
- c) *Formular el informe de producción.*
- d) *Elaborar estado de resultados.*
- e) *Realizar el estado conjunto de producción y ventas y resultados.*

**Procedimiento de costo promedio ponderado**

*Si los costos de producción permanecen estables dentro de ciertos periodos, es recomendable utilizar el procedimiento de valuación costo promedio ponderado.*

*Este procedimiento acumula los costos de manufactura y volumen de unidades del periodo actual. El costo total acumulado se divide entre la producción total equivalente (unidades terminadas más equivalentes del inventario final más las unidades de desperdicio extraordinario) para obtener un costo unitario promedio, que se aplica a las unidades transferidas al proceso siguiente (en este caso, al almacén de artículos terminados), al inventario final equivalente y las unidades consideradas como desperdicio extraordinario. Este primer problema no contempla inventario inicial de producción en proceso, con la finalidad de facilitar la comprensión del procedimiento contable en cuanto al manejo de los flujos de unidades y sus costos correspondientes. Probablemente esta situación sólo puede darse en el primer mes de operaciones de una empresa nueva o de un proceso nuevo*

de producción, ya que si ésta es continua, algunas unidades aún estarán en proceso al final del periodo contable.

Se hace referencia a desperdicio desechable cuando el material o las unidades defectuosas o dañadas no tienen posibilidad alguna de veta ni de reproceso, no implican valor de recuperación alguno, y en este caso deben tirarse o destruirse. Desde un punto de vista contable, el costo del desperdicio extraordinario debe registrarse en una cuenta de pérdida por desperdicio.

Cuando los materiales desechados o las unidades en mal estado o defectuosas no puedan someterse a un procesamiento adicional de recuperación y puedan venderse a precios netos inferiores a su costo de producción, se convierten en desperdicio recuperable o reprocesable.

El costo de las unidades que se consideran dentro del margen normal de tolerancia, lo absorben las unidades en buen estado.

a). **Cálculos para obtener la producción equivalente a los costos unitarios para valorar la producción:**

**1. Cálculo de la producción total equivalente**

**Tabla No. 5: Cálculo de la producción total equivalente**

	Unidades terminadas		24.000kg
<b>Más:</b>	Unidades en proceso equivalentes de inventario final		
	(5.000kg con 40% de progreso en sus tres elementos) $5.000 \times .40$		2.000kg
	Producción en buen estado		26.000kg
<b>Más:</b>	Desperdicio extraordinario		
	Desperdicio total	1.000kg	
<b>Menos:</b>	Margen para desperdicio normal: 1% de la producción en buen estado ( $25.000 \times .01$ )	<u>260kg</u>	740kg
	<i>Total unidades procesadas equivalentes</i>		<u>26.740kg</u>

**Fuente:** Vejar Gastón, Contabilidad de costos por procesos (2002)

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

**2. Costo unitario promedio:**

**Tabla No. 6: Costo unitario promedio**

Costo total incurrido:	
Materia prima directa	\$ 53.480,00
Materia prima indirecta	93.590,00
Cargos indirectos	<u>133.700,00</u>

Costo total	\$ 280.770,00
<b>Entre:</b> unidades procesadas equivalentes	26.740kg
Costo unitario promedio de producción	\$ 10,50

**Fuente:** Vejar Gastón, Contabilidad de costos por procesos (2002)

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

**3. Costo de producción de las unidades terminadas que se traspasan al almacén de artículos terminados:**

$$24.000\text{kg} \times \$10,50 = \$252.000,00 \text{ (asiento contable 11)}$$

**4. Costo del desperdicio extraordinario:**

$$740\text{kg} \times \$10,50 = \$7.770,00 \text{ (asiento contable 12)}$$

**5. Costo de producción de las unidades en proceso equivalentes del inventario final:**

$$5.000\text{kg} \times .40 = 2.000\text{kg}$$

$$2.000\text{kg} \times \$10,50 = \$21.000,00 \text{ (igual al saldo de la cuenta producción en proceso)}$$

**6. Costo de ventas (procedimiento promedio):**

**Tabla No. 7: Costo de ventas (procedimiento promedio):**

	Inventario inicial artículos terminados	12.000kg	\$15,00kg	\$180.000,00
<b>Más:</b>	Producción del mes	24.000kg	10,50kg	\$252.000,00
	Producción proc. Disponible	36.000kg		\$432.000,00
	Costo unitario promedio		\$12,00	

**Fuente:** Vejar Gastón, Contabilidad de costos por procesos (2002)

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

$$\text{Costo de ventas } 20.000\text{kg} \times \$12,00 = \$240.000,00 \text{ (asiento contable 13)}$$

**b) Registro de operaciones en esquemas de mayor:**

**Tabla No. 8: Registro de operaciones en esquemas de mayor**

<i>Almacén materias primas</i>		<i>Almacén art terminados</i>	
s)	75.000,00	53.480,00 (2)	s) 180.000,00
1)	100.000,00	23.500,00 (3)	11) 252.000,00
<hr/>		<hr/>	
s)	98.020,00		s) 192.000,00
<hr/>		<hr/>	
<i>Producción en proceso</i>		<i>Cargos indirectos</i>	
2)	53.480,00	252.000,00 (11)	3) 23.500,00
5)	93.590,00	7.770,00 (12)	4) 28.000,00
10)	1.337.000,00		6) 82.200,00
<hr/>		<hr/>	
s)	21.000,00		
<hr/>		<hr/>	
<i>Bancos</i>		<i>Cientes</i>	
	28.000,00 (4)	7) 500.000,00	
	93.590,00 (5)		
	82.200,00 (6)		
	100.000,00 (8)		
	50.000,00 (9)		
<hr/>		<hr/>	
<i>Gastos de venta</i>		<i>Gastos de administración</i>	
8)	100.000,00	100.000,00 (13)	9) 50.000,00
<hr/>		<hr/>	
			50.000,00 (13)
<hr/>		<hr/>	
<i>Pérdida desperd. Extraordinario</i>		<i>Costo de ventas</i>	
12)	7.770,00	7.770,00 (14)	13) 240.000,00
<hr/>		<hr/>	
			240.000,00 (12)
<hr/>		<hr/>	
<i>Ventas</i>		<i>Pérdidas y ganancias</i>	
11)	500.000,00	500.000,00 (11)	12) 240.000,00
<hr/>		<hr/>	
			13) 150.000,00
			14) 7.770,00
<hr/>		<hr/>	
			102.230,00 (2)
<hr/>		<hr/>	
<i>Proveedores</i>			
			100.000,00 (1)

**Fuente:** Vejar Gastón, Contabilidad de costos por procesos (2002)

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)



c) Informe de Producción

**Tabla No. 9: Informe de Producción**

**Compañía Industrial Manufacturera, S.A.  
Informe de Producción**

Producto: \_\_\_\_\_ Proceso: \_\_\_\_\_  
 Modelo: \_\_\_\_\_ Mes: \_\_\_\_\_  
 Unidad: \_\_\_\_\_ Año: \_\_\_\_\_

Unidades procesadas	Unidades	Material	Mano de obra	Cargos indirectos	
Saldo inicial	0				
Unidades recibidas del proceso anterior	0				
Unidades adicionadas en el mes	30.000				
Total unidades procesadas	30.000				
Traspaso al siguiente proceso	24.000	24.000	24.000	24.000	
Unidades en proceso equivalentes	5.000	2.000	2.000	2.000	
Producción en buen estado		26.000	26.000	26.000	
Desperdicio total (margen normal: 1%)	1.000	740	740	740	
<i>Total unidades procesadas</i>	30.000	26.740	26.740	26.740	
Costo de producción	Inventario inicial	Costo mes	costo total	UE*	Costo unitario
Costo del proceso anterior	0	0,00	0,00	0,00	0,00
Costo del mes					
Materia prima	0	53480,00	53480,00	26.740	2,00
Mano de obra	0	93590,00	93590,00	26.740	3,50
Cargos indirectos	0	133700,00	133700,00	26.740	5,00
<i>Costo total</i>		280770,00	280770,00	26.740	10,50
Aplicación de cotos			Unidades equivalentes	Costo unitario	Costo total
Traspaso al siguiente proceso					
Materia prima			24.000	2,00	48.000,00
Mano de obra			24.000	3,50	84.000,00
Cargos indirectos			24.000	5,00	120.000,00
<i>Total traspaso siguiente proceso</i>			24.000	10,50	252.000,00

\*UE=Unidades equivalentes

Aplicación de cotos	Unidades equivalentes	Costo unitario	Costo total
<i>Producción en proceso</i>			
Costo del proceso anterior			
Costo del mes			
Materia prima	2.000	2,00	4.000,00
Mano de obra	2.000	3,50	7.000,00
Cargos indirectos	2.000	5,00	10.000,00

<i>Total producción en proceso</i>		2.000	10,50	21.000,00
<b>Desperdicio</b>				
Costo del proceso anterior				
Costo del mes				
	Materia prima	740	2,00	1.480,00
	Mano de obra	740	3,50	2.590,00
	Cargos indirectos	740	5,00	3.700,00
	<i>Total producción en proceso</i>	740	10,50	7.770,00
<b>Costo total</b>				280.770,00

**Fuente:** Vejar Gastón, Contabilidad de costos por procesos (2002)

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

*d) Estado de resultados*

**Tabla No. 10: Estado de resultados**

<b>Compañía Industrial Manufacturera, S.A.</b>		
<b>Estado de resultados del 1 al 31 de diciembre de 200X</b>		
		\$
Ventas		500.000,00
- Costo de ventas	180.000,00	
Inventario Inicial de artículos terminados	252.000,00	
+ Costo de producción terminada	432.000,00	
Producción terminada disponible	192.000,00	240.000,00
- Inventario final de artículos terminados		
Utilidad bruta		260.000,00
- Gastos de operación:		
Gastos de venta	100.000,00	
Gastos de administración	50.000,00	
		150.000,00
Utilidad de operación		110.000,00
- Otros gastos y productos:		
Pérdida por desperdicio extraordinario		7.770,00
Utilidad neta (antes del impuesto)		\$102.230,00

**Fuente:** Vejar Gastón, Contabilidad de costos por procesos (2002)

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

f) Estado conjunto de costos de producción y ventas y de resultados

**Tabla No. 11: Estado conjunto de costos de producción y ventas y de resultados**

<b>Compañía Industrial Manufacturera, S.A.</b>			
<b>Estado conjunto de costos de producción y ventas y de resultados del 1 al 31 de diciembre de 200X</b>			
			\$
Ventas			500.000,00
- Costo de ventas		\$	
Inventario Inicial de materias primas		75.000,00	
+ Compras de materias primas		100.000,00	
Materias primas disponibles		175.000,00	
- Inventario final de materias primas		98.020,00	
Materias primas utilizadas		76.980,00	
- Materias primas indirectas		23.500,00	
Materia prima directa utilizada		53.480,00	
+ Mano de obra directa utilizada		93.590,00	
Costo primo de producción		147.070,00	
+ Cargos indirectos			
Materia prima indirecta	23.500,00		
Mano de obra indirecta	82.200,00		
Otros cargos indirectos	28.000,00	133.700,00	
Costo total incurrido		280.770,00	
- Inventario final producción proceso		21.000,00	
Producción procesada disponible		259.770,00	
- Pérdida por desperdicio extraordinario		7.770,00	
Costo de producción terminada		252.000,00	
- Inventario inicial art terminados		180.000,00	
Producción terminadas disponible		432.000,00	
- Inventario final arts terminados		192.000,00	
Costo de ventas			240.000,00
Utilidad Bruta			260.000,00
- Gastos de operación:			
Gastos de venta		100.000,00	
Gastos de administración		50.000,00	150.000,00
Utilidad de operación			110.000,00
- Otros gastos y productos:			
Pérdida por desperdicio extraordinario			7.770,00
Utilidad neta (antes del impuesto)			\$102.230,00

**Fuente:** Vejar Gastón, Contabilidad de costos por procesos (2002)

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

#### **2.2.4. Variable Dependiente – Fijación de precios para los servicios de la empresa Cisnecolor Cía. Ltda.**

##### **Mercado**

Según los autores Sulser (2004, pág. 67) exponen que: “Mercado es el conjunto total de personas u organizaciones con necesidades por satisfacer, dinero para gastar y disposición y la voluntad de gastarlo”.

Como lo manifiesta la autora Kiser (1999, pág. 195) mercado es el:

*Lugar en el que se ofrecen productos a la venta, normalmente con una periodicidad fijada. Existen en él algunas reglas, basadas sobre todo en la costumbre, para regular las negociaciones. El desarrollo de las comunicaciones permite que exista un mercado sin necesidad de coincidencia física. Demanda actual o potencial de un producto o conjunto de productos relacionados. El tamaño del mercado depende del número de personas que tiene necesidad del producto, recursos suficientes, y disposición para intercambiar sus recursos por ese producto a determinados precios.*

Se podría conceptuar al mercado como el conjunto de personas donde ofrecen sus propios productos a la venta para obtener dinero a cambio y poder satisfacer sus necesidades. La dimensión del mercado se trata de acuerdo al número de personas y de productos y servicios que se ofrecen en el mismo.

##### **Oferta**

Según Rosales, Jose (2000, pág. 40) menciona que oferta:

*Es las distintas cantidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a llevar al mercado a distintos precios manteniéndose los demás determinantes invariables. La oferta de un bien se establece una relación directamente con su carácter de escasez. Es decir, así como la demanda depende de la utilidad de un bien la oferta depende de la escasez.*

Para el autor Avila (2006, pág. 45) la oferta es:

*El fenómeno correlativo de la demanda. Se le considera como la cantidad de mercancías que se ofrece a la venta a un precio dado con unidad de tiempo. La oferta de un producto de determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos a aptos para ofrecer en el mercado, en función de varios niveles de precios, en un periodo dado.*

Se da cuando se produce una determinada cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a llevar al mercado. A la vez se debe considerar la cantidad de productos similares existentes en el mercado y tomar en cuenta el precio del mismo.

## **Demanda**

El autor Avila (2006, pág. 40) menciona que:

*La demanda expresa las actitudes y preferencias de los consumidores por un artículo, mercancía o servicio. Es decir, la demanda de una mercancía es la cantidad de ella que el individuo estaría dispuesto a comprar, en un momento dado, a los diversos precios posibles.*

Según el autor (Rosales Jose, 2000, pág. 25) expone que la demanda:

*Son las distintas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo todos los demás determinantes constantes en un tiempo determinado. La demanda de un individuo por un bien o servicio determinado expresa un comportamiento hacia la máxima satisfacción, dada la influencia de toda una serie de determinantes. Cuando nos referimos a demanda de bienes, debemos tener claro que se demandan estos precisamente porque son útiles, es decir, que son demandados por todas aquellas personas que los desean.*

Es la cantidad total de bienes o servicios que son adquiridos por el consumidor los cuales suelen estar dispuestos a comprar a cualquier precio ya que estos satisfacen sus necesidades, por lo cual los consumidores acudirán a comprar más de estos sea bienes o servicios. Los productos o servicios que son demandados deben ser útiles para el consumo.

## **PRECIO**

Según Trinidad Torres (2005, pág. 99) El precio es:

*Una cantidad de unidades monetarias que pagamos a cambio de adquirir un producto o un servicio.*

*El precio en general es una medida cuantitativa, que nos indica el valor de un producto o servicio. No así, para algunos bienes que tienen valores cualitativos, como el aprecio o las consideraciones de otro tipo, como el valor adquirido por ser un único bien producido en el mundo, o algún regalo que provenga de una persona a la cual estimamos mucho.*

*El precio es la variable del marketing mix, que definitivamente impacta más en las operaciones de captación en efectivo de una compañía, que cualquier otra variable; y por consiguiente en el nivel de utilidades percibidas.*

*El precio es la variable del marketing mix que se puede modificar con más facilidad.*

*Al delinear un precio el empresario debe estar consciente de los objetivos que desea perseguir. De ello dependerá en gran medida el nivel de precios que se maneje en una u otra compañía. (pág. 99).*

El precio es el valor monetario que se le da a un bien o servicio a través de su adquisición el mismo que suele ser muy similar con el de los competidores cuando se compra un bien.

## **Ventas**

Según Martínez (2008):“Sera ingreso todo aumento de recursos obtenidos como consecuencia de la venta de productos comerciales o por la prestación de servicios habituales o no. Además de los beneficios producidos en un ejercicio económico”.

Para el autor López & Ruiz (2001, pág. 20):“Sostiene que los consumidores no comprarán bastante cantidad de productos de una organización, salvo que esta realice ventas y promociones a gran escala. El concepto se suele aplicar a bienes que los compradores no piensan comprar normalmente, por ejemplo, enciclopedias”.

## **Precio de venta**

*Según (Vera Manuel, 2014) El precio de venta de un producto es un valor que se elige con la finalidad de cubrir los gastos necesarios para la comercialización de ese producto y además, conseguir un beneficio. Un precio de venta bien construido implica que se alcancen los siguientes objetivos:*

- 1.-Cubrir costes*
- 2.- Salvaguardar la continuidad de la empresa*
- 3.- Obtener beneficios (para repartir entre socios e inversionista*

*El primer paso para establecerlo es conocer cuáles son los costes en los que tenemos que incurrir para producir y comercializar el producto*

*El segundo paso es elegir un margen de beneficios, que adicionando al coste nos dará el precio de venta (2014).*

*Es el valor monetario que se establece a un producto o servicio con el principal propósito de obtener y cubrir todos los gastos que han sido invertidos para la elaboración y producción del bien o servicio.*

## **Clientes**

Según los autores Horngren, Datar, & Rajan (2012, pág. 433) “Los clientes afectan a los precios gracias a su influencia sobre la demanda por un bien o servicio, con base en factores como las características y la calidad de un producto”.

Clientes son las personas que adquieren un producto o servicio a cambio de un pago, es decir, a cambio de dinero, obteniendo así un producto que cumplen con las características y con la calidad deseada.

## **Competencia**

Según Fletcher & Rusell (2000) expresan que “es vital para los directivos entender que no se están fijando precios aislados del mundo. Las respuestas de la competencia pueden ser rápidas y a veces bruscas.” Es necesario conocer y tomar decisiones en torno a la competencia”.

Es la gran cantidad de organizaciones, empresas y personas que se encuentran en el mercado las cuales ofrecen la venta de productos y servicios iguales o con características similares.

### **Fórmula para el cálculo de precio**

Según Fletcher & Rusell (2000):

$$\text{Precio de venta} = \text{Costo total de fabricación} / \text{para número de unidades producidas} + \text{Margen de utilidad}$$

*Dónde:*

**Precio de venta:** Equivale al precio de venta, precio en fábrica.

**Costo total de fabricación:** Suma de materiales, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

**Costos fijos totales:** Suma de todos los costos fijos en los que se incurre para fabricar una unidad de producto (renta, sueldos a ejecutivos, impuestos; se conservan aun cuando no haya producción).

**Costos variables totales:** Suma de todos los costos variables (mano de obra, materia prima).

**Margen de utilidad:** Utilidad deseada por el fabricante o exportador. (pág. 121).

La fórmula planteada anteriormente se establece mediante el método de costeo absorbente, ya que toma en cuenta la materia prima directa, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación sean fijos o variables.

### **Estrategia de precios**

Según Lopez & Lobato (2006):

*La forma de fijar los precios que contribuya a conseguir los objetivos de la empresa.*

- *Precios diferenciales: Consiste en aplicar una discriminación de precios al mismo producto, aplicando precios diferentes en función de las características de los diferentes mercados donde se vende el producto, zona geográfica , nivel de*



*renta de la población, cantidad de demanda, etc., entre otros se pueden enumerar la siguientes estrategias:*

- *Precios variables: se determina en el proceso de negociación en un margen concreto.*
- *Precios no lineales: se aplican descuentos progresivos por volumen de compra.*
- *Ofertas puntuales: es un momento dado y durante un periodo de tiempo se baja el precio del producto.*
- *Rebajas: periódicamente en plazos definidos. Se rebaja el precio del producto de su precio habitual.*
- *Precios por paquete: en el caso de adquirir varios productos se realiza un descuento en todos ellos.*
- *Precios éticos: precios bajos para bienes sociales de primera necesidad (medicamentos) precios altos para productos nocivos (tabaco, bebidas alcohólicas).*
- *Precios competitivos: los precios se fijan en función de la posición de la empresa frente a la competencia. En el caso de que la posición de la empresa sea muy buena puede poner precios con mucho margen comercial (precios primarios) sin perder clientes, en el caso que la posición sea mala se debe poner precios con muy poco margen (precios descontados) para conseguir clientes.*
- *Precios psicológicos: Se basan en la percepción del consumidor se usa mucho y los más comunes son:*
- *Precio Habitual: se mantiene el precio del producto en unidad monetaria concreta en el caso de que los costes aumenten, en vez de aumentar el precio se disminuye la cantidad del producto*
- *Precio de prestigio: las empresas líderes tienen los productos más caros ya que son los mejores, esta afirmación es asumida por gran cantidad de consumidores, por tanto ser el más caro del mercado, en muchos casos significa ser percibido como el de mayor calidad.*
- *Precio redondeado: se redondea el precio hacia arriba para dar la impresión de que el producto tiene más calidad*
- *Precio impar: se fija en una cantidad con decimales muy próxima a un precio redondeado, para dar la sensación de barato.*
- *De acuerdo a los criterios de López y Lobato en la estrategia de precios se establecen los tipos de precios que son; precios diferenciales en el que se basan de acuerdo a las características de los mercados donde se está ofreciendo los productos y están compuestos de precios variables, precios no lineales, ofertas puntuales, rebajas, precios por paquete y precios éticos; precios competitivos son los precios que se establecen de acuerdo a la postura de empresa con respecto a la competencia; precios psicológicos son los que se aplican de acuerdo a lo que el consumidor más usa con relación a otros productos y están compuestos de precio habitual y de precio de prestigio. (pág. 148).*

Según Escudero Maria (2010):

- **Los factores que influyen sobre el precio de venta**

*Son el coste de fabricación, la rentabilidad de la actividad, la demanda durante el ciclo de vida del producto, el posicionamiento del producto por su imagen de calidad y marca.*

- **Las estrategias sobre el precio de venta**

*Son técnicas que consisten en modificar los distintos niveles del precio en función de la situación del mercado con el fin de conseguir los objetivos fijados. Cuando existe inflación aumenta la demanda de bienes, debido al exceso de la cantidad de dinero en circulación, y para frenar la demanda, entre otras medidas, hay que subir los precios.*

- **Los efectos del precio sobre la demanda**

*Demanda elástica o variable: se produce antes de los cambios el precio, si el precio es alto la demanda baja y si el precio baja la demanda sube.*

*Demanda inelástica o constante: es cuando la subida o bajada del precio no afecta a la demanda: por ejemplo, la venta de artículos como el pan, la sal, la gasolina, etc., mantienen una demanda constante aunque suba el precio.*

- **Métodos para la fijar el precio de venta**

*El precio en función del coste, se obtiene sumando los costes fijos más los costes variables más un margen de beneficio.*

*El precio en función de la demanda, se establece utilizando: precio de penetración (precio bajo) para conseguir una alta participación en el mercado y desplazar a los competidores, o precio de selección (precio alto) para que los compradores asocien el producto con una imagen de lujo, calidad o novedad.*

*El precio de la competencia se establece tomando como base el precio de otros productos homogéneos que están en el mercado, y los cuales no interesa entablar una guerra de precios.*

- **Margen bruto o beneficio**

*Es la diferencia entre el importe de los ingresos derivados de la venta de un producto o servicio y el importe de los costes de compra o producción del mismo.*

- **El margen comercial**

*Es la diferencia entre el margen bruto de un producto y los gastos de comercialización y venta.*

- **La tasa de rentabilidad**

*El porcentaje de beneficio que produce la inversión (en local, maquinaria, instalaciones, etc.) efectuada en la empresa.*

*Existen factores que influyen directamente al determinar los precios de venta como son; los costos, la rentabilidad, la demanda del producto y el posicionamiento del*

*producto. También existe la demanda elástica y esta se produce cuando surgen cambios en el precio y la demanda inelástica se da cuando los precios no afectan si suben o bajan. Y los métodos para fijar en precio son de acuerdo al costo, de acuerdo a la demanda y de acuerdo al precio de la competencia. (2010).*

## **FIJACION DE PRECIOS**

Según Thomas & Reed (2008):

*Las consideraciones financieras internas y las consideraciones del mercado externo son en la mayoría de las empresas, fuerzas antagónicas en las decisiones relacionadas con la fijación de precios para cubrir los costes y alcanzar sus objetivos en materia de beneficios.*

*La atención prestada a los factores determinantes del precio de venta a lo largo de las últimas décadas ha sido desigual. En concreto, son las limitaciones de costes las que han desempeñado con más frecuencia el papel predominante dentro del proceso de fijación de precio, lo que ha dado lugar a que gran parte de los estudios y métodos desarrollados en este contexto se centren en ellos. Sin embargo, para establecer correctamente un precio es necesario tener en cuenta también las características del mercado al que la empresa dirige su oferta y las restricciones que planea. (2008).*

Según Kotler & Armstrong (2012):

*La fijación de precios está sujeta a una serie increíble compleja de fuerzas competitivas y del entorno. Las empresas no fijan un solo precio, sino más bien una estructura de precios que cubre a diferentes artículos de sus líneas. Dicha estructura de precios cambia con el tiempo a medida que los productos pasan por sus ciclos de vida. La empresa ajusta los precios a los productos de modo que aquellos reflejen los cambios en los costos y en la demanda y tomen en cuenta las variaciones en los compradores y las situaciones. A medida que cambia el entorno competitivo, la empresa considera cuándo es el momento de cambiar los precios y cuándo debe responder a los cambios de precios. (2012).*

Los autores Diaz, Rodan, & Diez de Castro (2013) mencionan:

*Como consecuencia, un segundo factor determinante del precio es la demanda, que puede definirse como cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir en unas condiciones determinadas y en un período dado. Por tanto, para conocer el mercado en materia de precios deben investigarse aspectos de los consumidores referidos al número de individuos que desean satisfacer a través del consumo, su sensibilidad ante las variaciones de los precios, sus características demográficas y hábitos de consumo, el establecimiento de comparaciones del precio*

*del producto con el de los competidores o el grado de conocimientos de los precios de las ofertas existentes en el mercado. (pág. 73).*

La fijación de precios se dan a través de distintos factores y que se debe tomar en cuenta también que para establecer un precio siempre será necesario observar las características que tiene el mercado al que se va ofertar el producto o servicio y la empresa debe considerar que para determinar el precio se tomara en cuenta el entorno competitivo y que las precios pueden variar en cualquier momento.

Según Donald & Douglas (2004) “Fijación del precio de venta es una labor permanente. La competencia de productos comparables, la sobrecapacidad de producción, el comercio minorista de masas, la mayor sensibilidad a los precios para penetrar el mercado son factores que afectan a la fijación de precios”.

### **Fijación de precios en función del mercado, orientada a los beneficios**

Según Nagle & Holden (1998):

*Las consideraciones financieras internas y las consideraciones del mercado externo son, en la mayoría de las empresas, fuerzas antagónicas en las decisiones relacionadas con la fijación de precios. Los directores financieros asignan gastos para determinar hasta qué punto deben aumentar los precios para cubrir los costes y alcanzar sus objetivos en materia de beneficios. El marketing y de los vendedores analizan a sus compradores a fin de determinar hasta qué punto deben disminuir los precios para alcanzar sus objetivos de ventas.*

*Las decisiones relacionadas con la fijación de precios, que son resultado de ello, representan compromisos con una carga política, y no aplicaciones juiciosas de una estrategia coherente. Aunque resultan comunes, dichas políticas de precios no son necesarias ni deseables. Una decisión efectiva en materia de precios no son necesarias ni deseables. Una decisión efectiva en materia de precios debería incluir una mezcla óptima de restricciones financieras internas y condiciones del mercado externo, y no ser el resultado de un compromiso entre las dos.*

*Lamentablemente, unos pocos tienen alguna idea sobre la forma de facilitar dicha mezcla cruzada funcional de esas dos preocupaciones legítimas. De la contabilidad tradicional de costes, pueden aprender a tomar metas de ventas como “dadas” antes de asignar gastos, impidiendo así la incorporación de fuerzas de mercado en las decisiones relacionadas con la fijación de precios. Desde el sector de marketing, se les dice que la fijación efectiva de precios debería estar totalmente “orientada hacia*

*el cliente”, ignorando los costes, excepto como una restricción mínima por debajo de la cual la venta perdería su rentabilidad. En el camino, es probable que estos gerentes estudien economía y se enteren de que, en teoría, la fijación de precios óptima es una mezcla de consideraciones de costes y demanda. (pág. 73).*

De acuerdo con los autores Nagle y Holden al hablar de la fijación de precios orientada al mercado los precios se establecen cuando los vendedores estudian a los compradores con el propósito de ver hasta qué punto se puede reducir el precio de un bien o servicio.

### **Fijación de precios basada en la competencia**

Según Kotler & Armstrong (2012):

*Los consumidores basarán sus juicios acerca del valor de un producto en los precios que los competidores cobran por productos similares. Una forma de fijación de precios basada en la competencia es la fijación de precios de tasa vigente, en la que la empresa basa su precio, en gran medida, en los precios de los competidores, pero presta menos atención a sus propios costos o a la demanda. La empresa podría cobrar lo mismo, menos, o más que sus principales competidores. En las industrias oligopolistas que venden productos básicos como acero, papel o fertilizante, las empresas normalmente cobran el mismo precio. Las empresas más pequeñas siguen al líder: cambian sus precios cuando el líder del mercado lo hace, no cuando su propia demanda o sus costos cambian. Algunas empresas podrían cobrar un poco más un poco menos, pero mantienen la diferencia constante. Así, en Estados Unidos, los detallistas menores que venden gasolina por lo regular cobran unos cuantos centavos de dólar por galón menos que las grandes empresas petroleras, sin dejar que la diferencia aumente ni disminuya.*

*La fijación de precios basada en la tasa vigente es muy popular. Cuando la elasticidad de la demanda es difícil de medir, las empresas sienten que el precio vigente representa la “sabiduría colectiva” de la industria en lo concerniente al precio que producirá un rendimiento justo.*

*También se usa fijación de precios basada en la competencia cuando las empresas licitan para obtener contratos. Al usar fijación de precios por licitación sellada, una empresa basa su precio en el precio que cree que fijarán sus competidores, más que en sus propios costos o en la demanda. La empresa quiere ganar un contrato, y ganar el contrato requiere de un precio más bajo que el de los licitadores. Sin embargo, la empresa no puede fijar su precio por debajo de cierto nivel. No puede fijar un precio menor que el costo que fije la empresa, menor será su posibilidad de obtener un contrato.*

*Las decisiones sobre fijación de precios están sujetas a una serie increíblemente compleja de fuerzas competitivas y del entorno. Las empresas no fijan un solo precio, sino más bien una estructura de precios que cubre a diferentes artículos de sus*

*líneas. Dicha estructura de precios cambia con el tiempo a medida que los productos pasan por sus ciclos de vida. La empresa ajusta los precios a los productos de modo que aquéllos reflejan los cambios en los costos y en la demanda y tomen en cuenta las variaciones en los compradores y las situaciones. A medida que cambia el entorno competitivo, la empresa considera cuándo es el momento de cambiar los precios y cuando debe responder a los cambios de los precios.*

*Las estrategias de fijación de precios normalmente cambian conforme el producto atraviesa por su ciclo de vida. La etapa de introducción suele ser la más difícil. Las empresas que sacan un producto nuevo enfrentan el reto de fijar los precios por primera vez, y pueden escoger entre dos amplias estrategias: fijar precios para explorar la capa superior del mercado o fijar precios para penetrar en el mercado.*

*La fijación de precios de acuerdo a la competencia se da cuando se basan en función de la tasa que se encuentra vigente, y la empresa pone más atención a los precios que ofrece la competencia en lugar de poner atención a los costos propios o a los de la demanda. (pág. 370).*

Al hablar de la fijación de precios basada en la competencia es precisamente eso, que las distintas empresas o compañías solamente colocan los precios en sus productos o servicios en función o dependiendo de los precios que poseen sus competidores. Pero nadie de ellos sabe en sí cuánto cuesta en la realidad su bien.

### **Fijación de precios basada en el costo**

Según Kotler & Armstrong (2012):

*El método de fijación de precios más simple es la fijación de precios de costo más margen, sumar un margen de utilidad estándar al costo del producto. Por ejemplo, un detallista de electrodomésticos podría pagar un fabricante 20 dólares por un tostador y venderlo a \$30, lo que representa un margen de utilidad de 50% sobre el costo. El margen bruto del detallista sería de \$10. Si los costos operativos de la tienda ascienden a \$8 por cada tostador que se ha vendido, el margen de utilidad del detallista sería de \$2.*

*El fabricante del tostador probablemente usó también la fijación de precios costo más margen. Si su costo estándar de producir el tostador fue de \$16, podría haber añadido un sobreprecio de 25%, lo que daría un precio al detallista de \$20. De forma similar, las compañías constructoras presentan licitaciones de proyectos mediante la estimación del costo total del proyecto y la suma de un margen de utilidad estándar para obtener utilidades. Los abogados, contadores y otros profesionales suelen fijar los precios mediante la suma de un margen de utilidades estándar a sus costos. Algunas empresas comunican a sus clientes que cobrarán el*

*costo más cierto margen específico. Por ejemplo, las compañías aeroespaciales fijan así los precios que cobran el gobierno.*

*La fijación de precios basada en márgenes de utilidad sigue siendo popular por muchas razones. La primera es que las empresas tienen más certeza con respecto a sus costos que a su demanda. Al ligar el precio al costo, quienes venden simplifican la fijación de precios: no tienen que hacer ajustes frecuentes cuando cambia la demanda. La segunda es que si todas las empresas de la industria utilizan este método de fijación de precios, los precios tienden a ser similares y se minimiza la competencia por precios. La tercera es que mucha gente piensa que la fijación de precios de costo más margen es más justa tanto para los que compran como para los que venden. Quienes venden pueden obtener utilidades justas sobre su inversión pero no se aprovechan de los compradores cuando la demanda de estos es alta.*

*Otro enfoque de fijación de precios orientado hacia los costos es la fijación de precios basada en el punto de equilibrio, o una variación llamada fijación de precios basada en la utilidad meta. La empresa trata de determinar el precio con el que saldrá a mano u obtendrá las utilidades meta que se está buscando.*

*Cuando los precios se fijan de acuerdo a los costos existe una forma más simple que es la fijación de precios de costos más margen y de da al sumar el margen de utilidad estándar con el costo del bien o servicio. (pág. 365).*

## **OBJETIVOS PARA LA FIJACION DE PRECIOS**

Según Trinidad Torres (2005) existen diversos objetivos en la fijación de precios:

- “Obtener rendimientos.
- Incrementar las utilidades.
- Obtener crecimiento de ventas.
- Aumentar la participación en el mercado meta.
- Igualar los precios de los competidores”. (pág. 99).

### **2.3. Hipótesis**

El sistema de costos incide en la fijación de precios para los servicios de la empresa CISNECOLOR CÍA. LTDA.

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA DEL DIAGNÓSTICO

#### 3.1. Enfoque de la investigación

En el presente análisis de caso se puede determinar que es un enfoque mixto, porque en la investigación están presentes los dos enfoques, es decir, el enfoque cualitativo y cuantitativo.

Según Giraldez (2010, pág. 137) “El enfoque mixto utiliza la integración de métodos a través de un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cualitativos y cuantitativos en un mismo estudio o investigación”.

El enfoque cualitativo como lo expresa el autor Blanco (2006):

*Es esencial para el desarrollo de teorías y para la conceptualización de los fenómenos, asuntos o cosas que se desean investigar minuciosamente. Su prioridad es la descripción, análisis y explicación de lo interesado de forma “holística” y lo más natural posible. La descripción y explicación debe ser detallada y profunda, por eso es imperativo el uso de cuestionarios que contengan preguntas “abiertas”, que recojan el profundo sentir de los entrevistados. El análisis de los datos recogidos por la observación o por cuestionarios debe ser uno subjetivo, donde el investigador usa su preparación y su modo de ver las cosas para analizarlas. Esa subjetividad es necesaria y promulgada por los que aplican el enfoque cualitativo a sus investigaciones formales.*

El enfoque cuantitativo según el autor Blanco (2006):

*Este enfoque pretende medir los conceptos estudiados a través de las escalas de medición y de esta manera “operacionalizarlos”. Esta operacionalización requiere de la transformación de los conceptos en variables, estableciendo dos o más valores (categorías). La escala nominal transforma el concepto en una variable que clasifica usando categorías y el orden de estas no es importante.*



### **3.2. Modalidad básica de la investigación**

En esta investigación la modalidad básica de la investigación que se pondrá en práctica es la investigación directa o de campo y la investigación bibliográfica o documental las cuales ayudaran al cumplimiento de los objetivos anteriormente planteados.

#### **3.2.1. Investigación de campo**

Según el autor Stracuzzi & Pestan (2012, pág. 55) “La investigación de campo es el estudio de los hechos en el lugar en el que se producen, a través del contacto directo del investigador con la realidad. Tiene como finalidad registrar ordenadamente datos primarios referentes al problema en estudio”.

Los autores Herrera, Medina, & Naranjo (2004) expresan que la investigación de campo “Es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto”.

De acuerdo a los autores se podría decir que la investigación de campo se da cuando el investigador estudia y se encuentra en el lugar donde se producen los acontecimientos y logra obtener datos e información real.

#### **3.2.2. Investigación documental o bibliográfica**

La investigación documental según Herrera, Medina, & Naranjo (2004): “Tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teoría, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos, libros, revistas, periódicos y otras publicaciones”.

Como lo expone Stracuzzi & Pestan (2012): “La investigación bibliográfica o documental consiste en analizar la información escrita sobre un determinado problema, con el propósito de conocer las contribuciones científicas del pasado y establecer relaciones, diferencias o estado actual del conocimiento respecto al problema en estudio”.

Tomando en cuenta las definiciones de los autores, la investigación documental o bibliográfica trata de recolectar, aumentar y profundizar los enfoques y criterios de los autores, con el propósito de adquirir información necesaria con el uso de fuentes primarias y fuentes secundarias.

### **3.3. Nivel o tipo de investigación**

El nivel o tipo de investigación que se va aplicar en el presente análisis de caso será la investigación exploratoria, descriptiva y correlacional, los cuales se detallan a continuación:

#### **3.3.1. Investigación Exploratoria**

Para el autor Stracuzzi & Pestan (2012, pág. 56) la investigación exploratoria:

*Se realiza cuando no se tiene una idea precisa de lo que se desea estudiar o cuando el problema es poco conocido por el investigador. Su objetivo es ayudar al planteamiento del problema de investigación, formular hipótesis de trabajo o seleccionar la metodología a utilizar en una investigación de mayor rigor científico.*

De acuerdo a la definición anterior, la investigación exploratoria se realiza con problemas poco estudiados o cuando no se sabe con exactitud lo que se va a estudiar, para el caso de la investigación se utilizará este tipo o nivel de investigación en la

empresa Cisnecolor Cía. Ltda., donde no se ha desarrollado anteriormente este problema.

### **3.3.2. Investigación Descriptiva**

Según (STRACUZZI & PESTAN, 2012, págs. 56, 57): la investigación descriptiva:

“Detalla las características más importantes del problema en estudio, en lo que respecta a su origen y desarrollo. Su objetivo es describir un problema en una circunstancia temporo-espacial, es decir, detallar cómo es y cómo se manifiesta”.

La opinión expuesta muestra que la investigación descriptiva consiste detallar cada una de las características que forman parte del problema de estudio, y evalúa los aspectos que son significativos para poder conocer de manera más detallada a la investigación en estudio.

### **3.3.3. Investigación Correlacional**

Según el autor Stracuzzi & Pestan (2012, pág. 57) menciona que la investigación correlacional:

*Tiene como propósito medir el grado de relación que existe entre dos o más variables en un contexto particular, pero no explica que una sea la causa de la otra. Es decir, la investigación correlacional examina asociaciones pero no relaciones causales, donde el cambio en una variable influye directamente en el cambio de la otra.*

De acuerdo a la cita anterior, se establece que la investigación correlacional orienta específicamente en medir la relación entre dos o más variables que se encuentran en un problema de estudio, en el actual análisis de caso se va a medir la relación que existe entre la variable independiente y dependiente los cuales son: Sistema de costos y la fijación de precios.

### **3.4. Población y Muestra**

#### **3.4.1. Población**

Según Stracuzzi & Pestan (2012, pág. 105) menciona que:

*La población en una investigación es el conjunto de unidades de las que se desea obtener información y sobre las que se van a generar conclusiones. La población puede ser definida como el conjunto finito o infinito de elementos, personas o cosas pertinentes a una investigación y que generalmente suele ser inaccesible.*

Según el autor Hernandez (2001, pág. 127):

*Población o universo se puede definir como un conjunto de unidades o ítems que comparten algunas notas o peculiaridades que se desean estudiar. Población en una investigación estadística se define arbitrariamente en función de sus propiedades particulares. Asimismo pueden definirse como familias, especies u órdenes de animales o plantas*

Después de haber analizado las opiniones de estos autores podría decir que la población es el conjunto de elementos o unidades que comparten características que se desean estudiar y de las que se obtienen información, y luego se va a generar conclusiones.

La población de la empresa Cisnecolor Cía. Ltda., con la que se va a trabajar son de 19 empleados.

#### **3.4.2. Muestra**

Según los autores Herrera & Medina (2004) mencionan que la muestra para ser confiable debe ser:

*Debe ser representativa, y además ofrecer la ventaja de ser la más práctica, la más económica y la más eficiente en su aplicación. No se debe perder de vista que por más perfecta que sea la muestra siempre habrá una diferencia entre el resultado que se obtiene de ésta y el resultado del universo, esta diferencia es lo que se conoce como error de muestreo (E), por esta razón, mientras más grande es la muestra es*

*menor el error de muestreo, y por lo tanto existe mayor confiabilidad en sus resultados.*

Para el autor Hernandez (2001, pág. 127) la muestra:

*Una parte, más o menos grande, pero representativa de un conjunto o población, cuyas características deben reproducirse lo más aproximado posible. Científicamente, las muestras son parte de un conjunto (población) metódicamente seleccionada que se somete a ciertos contrastes estadísticos para inferir resultados sobre la totalidad del universo investigado.*

Luego de analizar los criterios de los autores puedo conceptuar que la muestra es una parte representativa de la población la cual sirve para efectuar el análisis que será sometido a un rastreo científico la muestra es escogida en representación de la totalidad de población que están sujetos a la investigación, con el objetivo de conseguir resultados válidos.

Pero para el presente análisis de caso no se realizara la muestra debido a que no es requerida y se trabajará con toda la población de la empresa que son 19 empleados.

### 3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

#### 3.5.1. Operacionalización de la Variable Independiente: Sistema de costos

Tabla No. 12: Operacionalización de la Variable Independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
El sistema de costos es un conjunto de técnicas contables y de procedimientos que se aplican en las organizaciones o empresas con el propósito de determinar los costos reales de todos los diferentes recursos que intervienen en el proceso de elaboración del bien o servicio.	Elementos del costo	Materia prima	¿Se aplica en la empresa un sistema de control de costos?	Técnica: Check List al proceso de producción.
			Se utilizan documentos contables como orden de pedido, orden de producción y requisición de materiales.	
			¿En la compañía se utiliza el registro de kárdex para la materia prima?	
			¿Se utiliza tarjetas kárdex por cada producto que es parte del proceso?	
			¿Se identifica cuál es la materia prima directa?	
			¿En la empresa se cuantifica la cantidad de materia prima que se utiliza en cada uno de los procesos de lavado y tinturado?	
		Mano de obra	¿La mano de obra está calificada para cada proceso?	
			¿Se utiliza tarjetas reloj para la cuantificación de la mano de obra?	
		CIF	¿Identifican los costos indirectos de fabricación (CIF) que intervienen en cada uno de los procedimientos de lavado y tinturado?	
			¿Se lleva un control de los servicios básicos utilizados en el proceso de producción?	
			¿Existe una persona que se encargue de supervisar el proceso de producción?	

**Fuente:** Marco Teórico.

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

### 3.5.2. Operacionalización de la Variable Dependiente: Fijación de precios

Tabla No. 13: Operacionalización de la Variable dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
La fijación de precios se dan a través de distintos factores y que se debe tomar en cuenta también que para establecer un precio siempre será necesario observar las características que tiene el mercado al que se va ofertar el producto o servicio.	Ventas	Clientes	¿Se dispone de muestras de los servicios que se ofrecen para que el cliente pueda elegir cual es el que desea?	Técnica: Check List al proceso de producción.
			¿Se realizan encuestas a los clientes para saber su nivel de satisfacción?	
		Competencia	¿La empresa basa sus precios a la competencia?	
			¿Existe mucha competencia por empresas que prestan los mismos servicios?	
			¿El precio de venta fijado es competitivo en relación con la competencia?	
		Precio de venta	¿En la empresa existen políticas para la fijación de precios?	
			¿El porcentaje de utilidad que se aplica al precio del servicio es adecuado?	
			¿La empresa determina estrategias de comercialización para incrementar la venta de sus servicios?	
			¿La compañía realiza la fijación de precio en base al costo del servicio?	
			¿Los precios fijados por la empresa permiten alcanzar los objetivos propuestos?	
			¿Se tiene establecido diferentes tipos de precios para los clientes dependiendo del monto de adquisición?	

Fuente: Marco Teórico

Elaborado por: Silva Aracely, (2017)

### **3.6. Recolección de la información**

#### **3.6.1. Plan de recolección de información**

El plan de recolección de información sirve para recoger información necesaria que a su vez esta sea verídica y confiable, a través de instrumentos o métodos para procesarla y así lograr el cumplimiento de los objetivos planteados.

Los autores Herrera, Medina, & Naranjo (2004, pág. 124) exponen que “El plan de recolección de información contempla estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de investigación, de acuerdo con el enfoque escogido”.

De acuerdo con el autor Galiano, (2004) contempla que:

*El plan de recolección de información señala cuales son las estrategias de recolección de datos más adecuadas y de acuerdo a las personas interpeladas, el grado de familiaridad con la realidad analizada, Además la disponibilidad de tiempo del investigador, el nivel de madurez del proceso investigativo y las condiciones del contexto que analiza.*

Para la recolección de información se realizó varias visitas a la empresa Cisnecolor Cía. Ltda., la primera visita fue con el Gerente – propietario de la compañía El Sr. Carlos Pallasco en el cual nos autorizó realizar el presente análisis de caso, la siguiente visita fue para conocer las instalaciones de la empresa, y las próximas fueron para la recolección de la información como fueron de los Estados financieros, Tarjetas kárdex, inventarios y los precios de los servicios ofrecidos todos brindados por la contadora y para la realización el Check List efectuado en la empresa.

#### **3.6.2. Fuentes primarias**

Según Salkid (1999,pág. 207) las fuentes primarias son:

*Son relatos de primera mano como objetos, documentos, entrevistas y registros de testigos oculares, historias orales, diarios y expedientes escolares originales. Las*



*fuentes primarias son los resultados directos de un suceso o una experiencia y que se registran sin que el historiador necesariamente tenga la intención de utilizar posteriormente la referencia.*

La información se adquirió en el momento en el que el gerente, al contador, y al Jefe de área de producción y los demás empleados de la empresa Cisnecolor Cía. Ltda., se encontraban realizando sus actividades.

### **3.6.3. Fuentes secundarias**

El autor Salkid (1999) expresa que las fuentes secundarias: “Son de segunda mano o al menos están alejadas un paso del suceso original, como un resumen de estadísticas importantes”.

Las fuentes secundarias que se tomarán para investigación son los archivos e información de la empresa para obtener documentos para el estudio.

## **3.7. Procesamiento de la información**

### **3.7.1. Plan de procesamiento de la información**

Según el autor Rojas (1985)

*Es el proceso mediante el cual los datos contenidos en los documentos fuente (cuestionarios, guías de observación) se organizan de acuerdo a determinados lineamientos o hipótesis, a fin de alcanzar los objetivos planteados por la investigación. “Para este proceso es importante recalcar que “Los datos brutos recopilados en el trabajo de campo se ordenan y concentra de tal forma que pueden manipularse estadísticamente con el objetivo de facilitar el análisis de la información empírica.*

El plan de procesamiento de la información contiene los siguientes procedimientos de acuerdo a los autores Herrera, Medina, & Naranjo ( 2004):

- *Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.*

- *Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.*
- *Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis: cuadros de una sola variable, cuadro con cruce de variables, etc.*
- *Manejo de información (reajuste de cuadros con casillas vacías o con datos tan reducidos cuantitativamente, que no influyen significativamente en los análisis).*
- *Estudio estadístico de datos para presentación de resultados.*

El plan de procesamiento de información se utiliza para analizar la información a través de técnicas estadísticas que sirven para comparar la hipótesis que fue establecida anteriormente.

Este plan se va aplicar en la empresa Cisnecolor Cía. Ltda., se aplicará mediante un Check List a la empresa, y luego se procederá a realizar el análisis a los datos recolectados para efectuar la tabulación de datos y comprobar la relación entre las variables de la investigación.

### **3.8. Plan de análisis e interpretación de resultados**

El plan de análisis e interpretación de resultados se origina después de haber tabulado los datos del Check List que fue aplicado a la empresa Cisnecolor Cía. Ltda., para luego proceder a elaborar el análisis de resultados utilizando gráficos estadísticos, al final se establecerá las conclusiones y recomendaciones detallando la relación entre las variables.

Según Herrera, Medina, & Naranjo (2004):

“El plan de análisis e interpretación de resultados debe contener: El Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis. Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente. Comprobación de hipótesis. Para la verificación estadística conviene seguir la asesoría de un especialista. Establecimiento de conclusiones y recomendaciones”.

## CAPÍTULO IV

### 4. RESULTADOS

#### 4.1. Principales resultados obtenidos del diagnóstico

Luego de haber concluido con la recolección y haber realizado el procesamiento de la información recogida, se procederá a generar el análisis de interpretación de los resultados que fueron obtenidos durante la investigación.

Para la recolección de datos se realizó la técnica del Check List para esta investigación que consta de 11 preguntas en cada variable y fue aplicada a la empresa Cisnecolor Cía. Ltda., con el fin de obtener toda la información que sea necesaria para lograr desarrollar el análisis sobre el Sistema de costos y la fijación de precios.

Inmediatamente se efectuará la tabulación de todos los datos que fueron recogidos y se efectuara el análisis de la información.

Y se muestra a continuación:

##### 4.1.1. Check List

Según el autor Gawande (2011):

*Las buenas listas de comprobación, por otra parte, son precisas, eficientes, van al grano y son fáciles de utilizar hasta en las situaciones más difíciles. No intentan explicarlo todo: una lista de comprobación no puede pilotar un avión. Al contrario, proporcionan recordatorios únicamente de los pasos más críticos e importantes que incluso los profesionales mejor formados podrían olvidar, y por encima de todo son prácticas.*

*Una lista de comprobación no puede ser extensa. Una regla general que utilizan algunas personas a la hora de redactarlas es que tenga entre cinco y nueve apartados, que es el límite de la memoria de trabajo. La redacción debe ser sencilla y precisa, y ha de hacer uso del vocabulario de la profesión. Incluso el aspecto de las listas de comprobación es importante. Una lista de comprobación ideal debería caber en una sola página, estar libre de elementos superfluos y colores innecesarios.*

La lista de comprobación o Check List es un instrumento que ayuda disminuir los errores que son provocados por el humano. En sí se puede decir que el Check List sirve para verificar que se esté dando cumplimiento al procedimiento o a las actividades asignadas.

**Tabla No. 14:** Check List. Variable independiente

<b>SISTEMA DE COSTOS</b>					
	<b>N°</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>Observaciones</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>1</b>	¿Se aplica en la empresa un sistema de control de costos?		X	La empresa no ha establecido sistema de costos debido a la inadecuada asesoría por parte del contador.
	<b>2</b>	Se utilizan documentos contables como orden de pedido, orden de producción y requisición de materiales.		X	No existe una estructura establecida por parte del contador.
	<b>3</b>	¿En la compañía se utiliza el registro de kárdex para la materia prima?	X		
	<b>4</b>	¿Se utiliza tarjetas kárdex por cada producto que es parte del proceso?	X		
	<b>5</b>	¿Se identifica cuál es la materia prima directa?		X	Se utiliza los materiales sin distinción entre la materia prima directa e indirecta.
	<b>6</b>	¿En la empresa se cuantifica la cantidad de materia prima que se utiliza en cada uno de los procesos de lavado y tinturado?		X	Debido a que no se establece el estado de costos de producción, no se puede cuantificar la materia prima.
<b>MANO DE OBRA</b>	<b>7</b>	¿La mano de obra está calificada para cada proceso?	X		Su habilidad ha sido adquirida mediante la experiencia.
	<b>8</b>	¿Se utiliza tarjetas reloj para la cuantificación de la mano de obra?		X	Se utiliza las tarjetas reloj solamente para el registro de asistencia.
<b>CIF</b>	<b>9</b>	¿Identifican los costos indirectos de fabricación (CIF) que intervienen en cada uno de los procedimientos de lavado y tinturado?		X	No tienen conocimiento de los elementos del costo por lo tanto no se identifican.
	<b>10</b>	¿Se lleva un control de los servicios básicos utilizados en el proceso de producción?		X	Se desconoce el porcentaje utilizada en la producción.
	<b>11</b>	¿Existe una persona que se encargue de supervisar el proceso de producción?		X	A parte de supervisar realiza otras actividades en la empresa.
<b>TOTAL</b>			<b>3</b>	<b>8</b>	

**Fuente:** Empresa Cisnecolor Cía. Ltda.

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

**Tabla No. 15: Check List. Variable dependiente**

<b>FIJACIÓN DE PRECIOS</b>					
	<b>Nº</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>Observaciones</b>
<b>CLIENTES</b>	<b>1</b>	¿Se dispone de muestras de los servicios que se ofrecen para que el cliente pueda elegir cual es el que desea?	X		
	<b>2</b>	¿Se realizan encuestas a los clientes para saber su nivel de satisfacción?		X	No se aplican las encuestas pero la empresa cuenta con clientes recurrentes
<b>COMPETENCIA</b>	<b>3</b>	¿La empresa basa sus precios en la competencia?	X		
	<b>4</b>	¿Existe mucha competencia por empresas que prestan los mismos servicios?	X		
	<b>5</b>	¿El precio de venta fijado es competitivo en relación con la competencia?	X		
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>6</b>	¿En la empresa existen políticas para la fijación de precios?		X	No se cuenta con lineamientos que guíen a la fijación de precios.
	<b>7</b>	¿El porcentaje de utilidad que se aplica al precio del servicio es adecuado?		X	Al no determinar el costo real del producto no se puede conocer si se obtiene una ganancia o no.
	<b>8</b>	¿La empresa determina estrategias de comercialización para incrementar la venta de sus servicios?		X	La empresa no tiene establecidas estrategias por lo
	<b>9</b>	¿La compañía realiza la fijación de precio en base al costo del servicio?		X	No se establece el Estado de costos de producción y ventas.
	<b>10</b>	¿Los precios fijados por la empresa permiten alcanzar los objetivos propuestos?		X	No debido a que la empresa quiere obtener ganancias, y no lo logrará porque los precios no son basados en el costo.
	<b>11</b>	¿Se tiene establecido diferentes tipos de precios para los clientes dependiendo del monto de adquisición?	X		
<b>TOTAL</b>			<b>5</b>	<b>6</b>	

**Fuente:** Empresa Cisnecolor Cía. Ltda.

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

**Tabla No. 16: Observación del Check List**

<b>OBSERVACIONES</b>	
<b>OBSERVACIONES SISTEMA DE COSTOS</b>	<b>FIJACION DE PRECIOS</b>
La empresa no ha establecido sistema de costos debido a la inadecuada asesoría por parte del contador.	No se cuenta con lineamientos que guíen a la fijación de precios.
No existe una estructura establecida por parte del contador, se establece solamente orden de pedido y orden de producción.	Al no determinar el costo real del producto no se puede conocer si se obtiene una ganancia o no.
Se utiliza los materiales sin distinción entre la materia prima directa e indirecta.	Al no determinar el costo real del producto no se puede conocer si se obtiene una ganancia o no.
Debido a que no se establece el estado de costos de producción, no se puede cuantificar la materia prima.	No se establece el Estado de costos de producción y ventas.
Su habilidad ha sido adquirida mediante la experiencia.	No debido a que la empresa quiere obtener ganancias, y no lo logrará porque los precios no son basados en el costo.
Se utiliza las tarjetas reloj solamente para el registro de asistencia.	
No tienen conocimiento de los elementos del costo por lo tanto no se identifican.	
Se desconoce el porcentaje utilizada en la producción.	
A parte de supervisar realiza otras actividades en la empresa.	

**Fuente:** Empresa Cisnecolor Cía. Ltda.

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

**Tabla No. 17: Tabla de calificación del Riesgo de detección.**

<b>NIVEL DE CONFIANZA</b>		
<b>BAJO</b>	<b>MODERADO</b>	<b>ALTO</b>
15% -50%	51% - 75%	76% -95%
85%-50%	49% -25%	24% - 5%
<b>ALTO</b>	<b>MODERADO</b>	<b>BAJO</b>
<b>NIVEL DE RIESGO (100-NC)</b>		

**Fuente:** Riesgo de detección.

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

**Tabla No. 18: Observación del Check List.**

<b>TOTAL CALIFICACION</b>	<b>8</b>
PONDERACION TOTAL	22
NIVEL DE CONFIANZA	36,4 %
<b>NIVEL DE RIESGO INHERENTE</b>	<b>63,6 %</b>

**Fuente:** Empresa Cisnecolor Cía. Ltda.

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

**Dónde:**

**NC: Nivel de Confianza**

**CT= Calificación Total**

**PT= Ponderación Total**

**RC= Riesgo de Control**

Con el resultado obtenido en la matriz de calificación de Riesgo, se determinó que el nivel de confianza es de 36,40% mientras que el nivel de Riesgo es de 63,60%, calificándose como un **ALTO** nivel de Riesgo.

Donde se puede observar claramente que la empresa al no tener un sistema de costos adecuado está obteniendo un alto nivel de riesgo, por ende es necesario para la empresa un implemento de un sistema de costos por procesos.

## **4.2. Limitaciones del estudio de caso**

Durante la elaboración del presente análisis de caso, que fue realizada en la empresa Cisnecolor Cía. Ltda., no se presentó ninguna dificultad para la recolección de información, el desarrollo de esta investigación se logró gracias a la colaboración y disposición del Gerente, Presidente, Contador y del resto del personal de la empresa en cada una de las visitas a la entidad.

A su vez también cabe destacar que en esta investigación se trabajó con toda la población de la empresa que consta de 19 empleados, por lo tanto no fue necesario el cálculo de la muestra.

## **4.3. Interpretación de datos**

### **4.3.1. Análisis y Resultados Check List**

La empresa Cisnecolor Cía. Ltda., no cuenta con una adecuada asesoría contable adecuada es por eso que presenta deficiencias en el sistema de costeo, esto es causado por el desconocimiento de los elementos del costo al momento de medir y cuantificar la materia prima y la utilización de la mano de obra directa e indirecta.

El personal está capacitado de manera empírica y realizan el proceso de producción en base a la habilidad que han aprendido a través de los años.

En cuanto a la fijación de precios la empresa está desarrollándolo en base a la competencia, pero no toman las medidas adecuadas para la estimación de precios, como lo es la utilización la utilización del Estado de Costos de Producción y Ventas.



#### 4.3.2. Análisis de Tarjetas Kárdex e Inventarios.

**Tabla No. 19: TARJETA KÁRDEX 2015**

TARJETA KÁRDEX EMPRESA CISNECOLOR CIA. LTDA AÑO 2015				
MES	COMPRAS	CONSUMO	PRENDAS	PROMEDIO
<i>ENERO</i>	3.733,35	6.127,35	29701	0,21
<i>FEBREO</i>	3.775,30	4.927,53	28528	0,17
<i>MARZO</i>	4.019,30	6.133,37	28067	0,22
<i>ABRIL</i>	7.057,90	6.535,00	32463	0,20
<i>MAYO</i>	8.259,97	7.227,03	30362	0,24
<i>JUNIO</i>	5.465,30	8.480,13	32377	0,26
<i>JULIO</i>	10.207,27	9.287,65	36128	0,26
<i>AGOSTO</i>	11.213,05	10.896,27	37212	0,29
<i>SEPTIEMBRE</i>	13.189,60	13.208,08	35501	0,37
<i>OCTUBRE</i>	11.943,30	12.665,03	34450	0,37
<i>NOVIEMBRE</i>	13.984,50	15.846,63	38045	0,42
<i>DICIEMBRE</i>	19.750,25	16.540,34	51055	0,32

Fuente: Cisnecolor Cía Ltda

Elaborado por: Silva Aracely, (2017)

**Tabla No. 20: TARJETA KÁRDEX 2016**

TARJETA KÁRDEX EMPRESA CISNECOLOR CIA. LTDA AÑO 2016				
MES	COMPRA	CONSUMO	PRENDAS	VALOR TOTAL
<i>ENERO</i>	11.567,20	12.154,90	30.279	0,40
<i>FEBRERO</i>	8.769,80	7.822,49	21.395	0,37
<i>MARZO</i>	4.799,15	5.233,64	19.313	0,27
<i>ABRIL</i>	3.960,05	5.320,66	19.051	0,28
<i>MAYO</i>	7.977,75	8.497,80	23.470	0,36
<i>JUNIO</i>	7.249,85	7.852,91	28.544	0,28
<i>JULIO</i>	8.278,80	9.390,82	29.783	0,32
<i>AGOSTO</i>	10.706,92	9.934,98	31.683	0,31
<i>SEPTIEMBRE</i>	9.537,77	9.431,53	33.054	0,29
<i>OCTUBRE</i>	7.944,55	7.564,17	35.273	0,21
<i>NOVIEMBRE</i>	7.796,30	8.513,08	34.014	0,25
<i>DICIEMBRE</i>	10.085,50	13.000,00	49.018	0,27

Fuente: Cisnecolor Cía Ltda

Elaborado por: Silva Aracely, (2017)

## **Análisis de Tarjetas Kárdex 2015 - 2016:**

Al analizar las tarjetas Kárdex de los años 2015 – 2016, se puede determinar que existe inconsistencias en la utilización de estas, debido a que no se tiene un inventario real de los productos que se emplean en el servicio prestado, razón de peso para no conocer el valor real de la producción y mucho menos del precio de venta que se debe establecer, para recuperar la inversión y obtener una utilidad razonable en el servicio.

A continuación, revisaremos el listado de productos químicos:

**Tabla No. 21: Inventario de Cisnecolor Cía. Ltda.**

<b>CISNECOLOR CIA. LTDA.</b>			
<b>RUC: 1891720617001</b>			
<b>PELILEO TAMBO EL PROGRESO</b>			
<b>1</b>	Directo negro	<b>23</b>	Reactivo turqueza bnc
<b>2</b>	Directo azul brl 201	<b>24</b>	Reactivo burdeus o carmin bnc
<b>3</b>	Directo amarillo rl	<b>25</b>	Reactivo pardo amarillo
<b>4</b>	Directo pardo jl	<b>26</b>	Reactivo negro wnn
<b>5</b>	Directo rojo bar	<b>27</b>	Reactivo rojo ed
<b>6</b>	Directo naranja 7jl	<b>28</b>	Sulfuroso negro
<b>7</b>	Directo rojo escarlata	<b>29</b>	Sulfuroso azul brn (polvo)
<b>8</b>	Directo arena rf	<b>30</b>	Sulfuroso oliva tr – 3
<b>9</b>	Directo kaki	<b>31</b>	Sulfuroso marino hsl/ liq
<b>10</b>	Directo gris rf- rl 160%	<b>32</b>	Sulfuroso amarelo hsr
<b>11</b>	Directo beige rf-1	<b>33</b>	Sulfuroso castanho hcs
<b>12</b>	Directo beige rf-2	<b>34</b>	Sulfuroso castanho hgg
<b>13</b>	Directo oliva rf - 2	<b>35</b>	Sulfuroso castanho hc3b
<b>14</b>	Directo pardo rf-r	<b>36</b>	Sulfurosos azul hbb
<b>15</b>	Directo chocolate	<b>37</b>	Sulfuroso preto eco200%
<b>16</b>	Directo rubi	<b>38</b>	Sulfuroso vermelho hlr
<b>17</b>	Directo rosa fer	<b>39</b>	Sulfuroso amarelo hll
<b>18</b>	Reactivo negro bnc (azul marino )	<b>40</b>	Sulfuroso verde brillante liq
<b>19</b>	Reactivo azul bnc-hr150%	<b>41</b>	Sulfuroso pardo wsd
<b>20</b>	Reactivo azul marino bnc	<b>42</b>	Disperso amarillo
<b>21</b>	Reactivo rojo escarlata	<b>43</b>	Disperso negro
<b>22</b>	Reactivo amarillo bte rf 150%	<b>44</b>	Disperso azul marino

45	Reactivo rojo c6bl	84	Disperso rojo
46	Reactivo naranja	85	Realdes burdeus rc
47	Realdes café rc	86	Igualante
48	Realdes marino rc	87	Humectante humetex con
49	Realdes naranja rc	88	Suavisante
50	Realdes turqueza rc	89	Fijador c/ fixing
51	Realdes amarillo rc	90	Brillo optico azulado
52	Realdes azul rc	91	Secuestrante
53	Realdes oliva rc	92	metasilicato
54	Ecovintage kaki	93	Sosa caustica/ hidroxido de sodio
55	Ecovintage verde menta	94	Destroza
56	Ecovintage goiaba	95	Permanganato
57	Ecovintage malva	96	Optico / brillo neutro
58	Ecovintage vermello	97	Sal industrial
59	Ecovintage amarelo brillante	98	Sulfuro de sodio
60	Ecovintage amarelo ouro	99	Carbonato de sodio
61	Ecovintage preto	100	Ácido acético
62	Ecovintage verde jade	101	Retenedor de indigo
63	Ecovintage naranja	102	Silicona/ recin cilicon
64	Ecovintage violeta	103	Carrier ybl
65	Ecovintage azul	104	Lubridex/antiquebre cationico
66	Ecovintage turquesa	105	Hipoclorito de calcio
67	Ecovintage oliva	106	Ligante / recolcrl
68	Pigmento blanco	107	Juantex
69	Pigmento rosa lumiprint	108	Tingifast
70	Pigmento naranja lumiprint	109	Activador
71	Pigmento verde g	110	Mordiente
72	Pigmento azul rb con	111	Polvo de oro / gliter
73	Pigmento amarillo flavina	112	Polvo de plata
74	Pigmento rojo	113	Biotex res
75	Pigmento turqueza	114	Biosulphur ms
76	Pigmento marino	115	Hi-wash
77	Peroxido - agua oxigenada	116	Detergente
78	Enzima acida recolzyme	117	Ácido fórmico
79	Alfamilasa optizice	118	Metalizador
80	Metabisulfito	119	Top jean
81	Ácido oxalico	120	Catalizador
82	Dispersante	121	Aroma musk
83	Cloro liq		

**Fuente:** Cisnecolor Cía Ltda

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

### **Análisis de Listado de productos químicos:**

En el cuadro anterior se puede evidenciar que la compañía solamente tiene un listado enumerado de los productos químicos que tiene la misma, es decir; no cuenta con un inventario adecuado, debido a que este listado no contiene la cantidad o el stock disponible de químicos para el lavado y tinturado de las jeans, tampoco el precio de cada uno de ellos para que se lo pueda llamar inventario.

Cabe destacar que en la empresa se utiliza este listado como inventario lo cual no es lo correcto, pero todo esto se da, porque la empresa no cuenta con una adecuada aplicación de un registro costos y al momento del proceso no se puede cuantificar adecuadamente la materia prima a utilizar, para poder determinar el costo real del servicio.

Se debe tomar en cuenta que tener un registro de inventario en la empresa es primordial, ya que, así se puede conocer de una manera más clara y sencilla cual es el producto o materia prima que se escasea y a su vez rápidamente solicitar más a los proveedores y no tener retrasos para entregar el servicio.

### **4.3.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS**

Para la verificación de la hipótesis se utilizará el cálculo de la distribución normal z, ya que es un método eficaz para comprobar los resultados obtenidos por medio del Check List.

#### **Formulación de la hipótesis**

En la verificación de la Hipótesis, se plantea una hipótesis alternativa (H1), así como también una hipótesis nula (H0).

#### **Planteamiento de la Hipótesis Nula (Ho) y la Hipótesis Alternativa (Hi)**

##### **Hipótesis Nula Ho:**

El sistema de costos NO incide en la fijación de precios para los servicios de la empresa CISNECOLOR CÍA. LTDA.

### **Hipótesis Alterna Ha:**

El sistema de costos incide en la fijación de precios para los servicios de la empresa CISNECOLOR CÍA. LTDA

### **Definición del nivel de significación**

Para la investigación se ha escogido un nivel de significación de 5% que es igual a 0,05.

### **Elección de la prueba estadística**

#### **Distribución Normal Estándar Z**

De acuerdo a la opinión de los autores Johnson, Lind, Marchal y Mason se puede decir que la distribución normal estándar o distribución z es la que tiene como media el valor de 0 y como desviación el valor 1, y es la que tiene más frecuencia y aparece más aproximada en fenómenos reales. Y la clave principal para la distribución estándar es el valor z.

Según el autor Johnson (1988, pág. 214):

*“La clave para trabajar con la distribución normal es el valor z. Las medidas de probabilidad asociadas a la variable aleatoria x están determinadas por su posición relativa con respecto a la media y a la desviación estándar de la distribución. La regla empírica dice que aproximadamente 68% de los datos distan de la media cuando mucho una desviación estándar. El valor de la media y el tamaño de tal desviación no cambian este hecho.*

*El valor z es considerado como una variable estandarizada ya que sus unidades son desviaciones estándares. La distribución de probabilidad normal asociada a este valor es z recibe el nombre de distribución normal estándar”.*

Para los autores Lind, Marchal, & Mason (2004, pág. 245):

*Se puede utilizar en todos los casos en los que la distribución normal es aplicable, un miembro de la familia de distribuciones normales que tiene una media 0 y una*

*desviación de 1, denominado distribución normal estándar. Cualquier distribución normal puede convertirse en la distribución normal estándar restando la media a cada observación, y dividiendo entre la desviación estándar. Primero se convierte, o se estandariza, la distribución que se tiene, en la distribución normal estándar utilizando un valor  $z$  (también denominado, puntuación  $z$ , valor estadístico, desviación normal estándar, o simplemente desviación normal).*

*El valor  $z$  es la distancia a la media, medida en unidades de la desviación estándar.*

### **Modelo Matemático**

**H<sub>0</sub>:**  $p_1 = p_2$

**H<sub>1</sub>:**  $p_1 \neq p_2$

### **Modelo Estadístico**

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

### **En donde:**

$Z$  = estimador “ $z$ ”

$p_1$  = Probabilidad de aciertos de la VI

$p_2$  = Probabilidad de aciertos de la VD

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

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

$n_1$  = Número de casos de la VI

$n_2$  = Número de casos de la VD

### **Regla de decisión**

$\alpha = 0.01$  Nivel Muy significativo

$\alpha = 0.05$  Nivel Significativo

$\alpha = 0.10$  Nivel Poco significativo

La verificación de la hipótesis se tiene el 95% de nivel de confianza con un margen de error de 0.05, que arroja como resultado 1.96.

### Cálculo de la hipótesis

**Tabla No. 22: Resultados del Check List**

VARIABLE INDEPENDIENTE			TOTAL  22
SISTEMA DE COSTOS	SI	3	
	NO	8	
	<b>TOTAL</b>	11	
VARIABLE DEPENDIENTE			
FIJACION DE PRECIOS	SI	5	
	NO	6	
	<b>TOTAL</b>	11	

**Fuente:** Check List

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

### Datos:

Probabilidad de aciertos de la Variable Independiente

$$p1 = 3/11$$

$$p1 = 0.27$$

Probabilidad de aciertos de la Variable Dependiente

$$p2 = 5/11$$

$$p2 = 0.45$$

### Probabilidad de éxito conjunta

$$\hat{p} = \frac{3+5}{22}$$

$$\hat{p} = 0.36$$

### Probabilidad de fracaso conjunta

$$\hat{q} = (1-p)$$

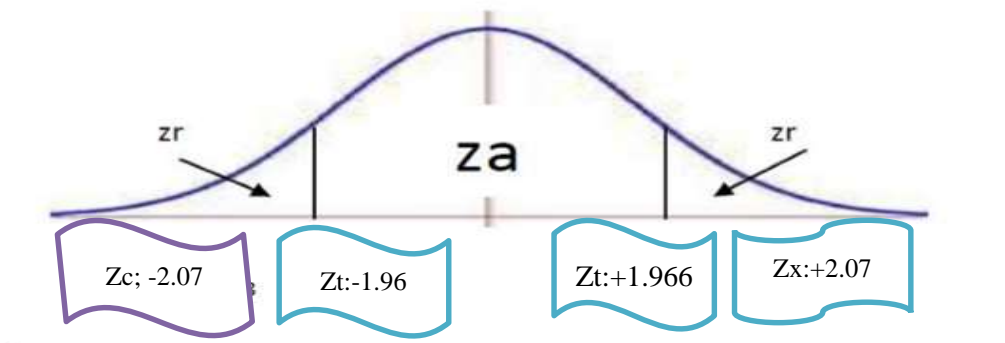
$$\hat{q} = (1-0,3636)$$

$$\hat{q} = 0,6364$$

$$Z = \frac{0.27 - 0.45}{\sqrt{(0.36 * 0,6364) \frac{1}{11} + \frac{1}{11}}}$$

$$Z = 2,07$$

Gráfico No. 6: Verificación de la Hipótesis



Fuente: Check List.

Elaborado por: Silva Aracely, (2017)



### **Análisis de la verificación de la hipótesis**

Luego de haber realizado el cálculo de la hipótesis se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa, la cual es El sistema de costos incide en la fijación de precios para los servicios de la empresa CISNECOLOR CÍA. LTDA, cumpliéndose los parámetros de  $z = 2.07$  superior a 1.96 con un margen de error de 0.05.

### **4.4. Conclusiones**

- La empresa Cisnecolor Cía. Ltda., no cuenta con un registro adecuado de existencias de la materia prima, tampoco posee un inventario, la misma solo cuenta con un listado de la materia prima (químicos), mas no tiene la cantidad existente, ni el costo de cada uno, provocando que no se pueda cuantificar el uso de los materiales que intervienen en el lavado y tinturado de prendas en tela jean.
- La empresa fija los precios de los servicios de manera aproximada o a su vez tomando como referencia los precios ofertados por la competencia, esto se da porque la compañía no establece los costos que intervienen en la prestación del servicio, por ende no se puede conocer si existen ganancias.
- Todo esto se da debido a que en la empresa no existe un sistema de costos adecuado, lo que provoca que no se pueda determinar el costo real del servicio al no tener un correcto sistema de costos.

#### **4.5. Recomendaciones**

- Elaborar y aplicar un adecuado sistema de costos, que optimice la utilización de la materia prima a través del uso de Tarjetas kárdex y empleo correcto de los inventarios, para lograr cuantificar los materiales y obtener registros confiables del proceso de lavado y tinturado.
- La empresa debe realizar la fijación de precios tomando en cuenta en valor real de la inversión, a través registros y cuantificación de los elementos que intervienen en el proceso, para así asignar el correcto valor y utilidad esperada.
- Se debe efectuar el implemento del sistema de costos por procesos a través del método de costeo absorbente para mejorar los controles de la materia prima, mano de obra y de los costos indirectos de fabricación, ya que a través de este sistema se lograra obtener información oportuna, veraz y confiable, que refleje el costo real y permita realizar el cálculo de la fijación de precios de los servicios ofertados que contribuirá a mejorar la rentabilidad y así la empresa pueda cubrir sus obligaciones.

## CAPÍTULO V

### 5. Propuesta de solución

#### 5.1. Metodología de la propuesta de solución

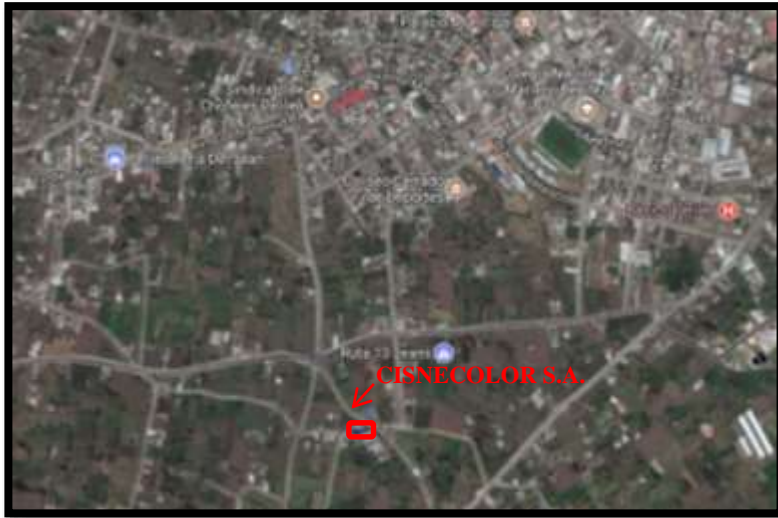
##### 5.1.1. Datos Informativos

**Título:** Elaboración un Sistema de costos por procesos para la fijación de precios de los servicios que brinda la empresa Cisnecolor Cía. Ltda.

**Institución Ejecutora:** Cisnecolor Cía. Ltda.

**Beneficiarios:** Gerente – Propietario, Empleados y Clientes de Cisnecolor Cía. Ltda.

**Ubicación:** Provincia de Tungurahua, Cantón Pelileo – Barrio Tambo El Progreso.



**Tiempo de ejecución:** Se desarrolla en el año 2017

**Equipo técnico responsable:** Contabilidad y Gerencia

**Investigadora:** Blanca Aracely Silva Llerena.

**Gerente:** Sr. Carlos Pallasco.

### **5.1.2. Antecedentes**

Cisnecolor Cía. Ltda., es una empresa dedicada a prestar el servicio de lavandería y tintorería de prendas elaboradas en tela jean para dama, caballero y niños. Pero las prendas que más sobresalen son las de dama, tales como: pantalón, shorts, capris, faldas, toreros, entre otros. Este servicio consiste en darte un color específico a la prenda con los mejores procesos y de acuerdo a las exigencias del cliente. La compañía cuenta con un listado de distintos tipos de tinturados o servicios que ofrece para así satisfacer las necesidades del cliente.

La empresa Cisnecolor Cía. Ltda., ha permanecido años en el mercado desarrollando sus actividades continuamente pero sin contar con un sistema de costos que le permita conocer el costo verdadero de cada uno de sus servicios, lo que no ha permitido que la compañía tenga una adecuada utilización y aprovechamiento de sus recursos; y al mismo tiempo no lograr establecer un precio correcto a los mismos, tomando en cuenta que para la fijación de precios es esencial tener como base los costos.

Además se pudo observar que la empresa cuenta con escasos formatos para el control y registro de materia prima por lo cual no tiene un sistema establecido que ayude a organizar y establecer costos, sin embargo los miembros de la organización manifestaron que brindaran todo su apoyo y colaboración para realizar el diseño del sistema, el mismo que servirá su mejoramiento.

### **5.1.3. Justificación**

La presente propuesta es de vital importancia para la empresa Cisnecolor, ya que aportará con un sistema solido que ayudará a la estimación de costos y asignación de materia prima, mano de obra de mejor manera, con el fin de obtener el costo real del servicio que está brindando.

El contar con un sistema de costos es muy importante en las empresas de producción debido a que permite obtener los costos del producto para poder establecer la tarifa que la empresa debe cobrar por el Servicio de lavado y tinturado de telas, sin correr el riesgo de pérdida.

Con el sistema la empresa no solo tendrá un mayor control de costos, sino también podrá evitar le desperdicios de materia prima, obtener valores exactos y poder tomar decisiones sobre el proceso de una manera más eficiente.

El propósito fundamental en la implementación de un sistema de costos por procesos es la optimización de los recursos y reducción de costos, para así lograr un crecimiento en la empresa y obligarla a ser cada vez más competitiva.

### **5.1.4. Objetivos**

#### **Objetivo general**

Elaborar un sistema de costos por procesos para la fijación de precios de los servicios que brinda la empresa Cisnecolor Cía. Ltda.

#### **Objetivos específicos**

- Determinar y seleccionar los Costos Fijos y Costos variables.
- Elaborar las hojas de procesos de producción e identificar los procesos y costos que involucra cada uno de los servicios.
- Realizar tarjetas kárdex por materia prima.
- Elaborar el estado de costo de producción y ventas para determinar el costo y el precio de venta del servicio con un margen de utilidad rentable.

- Fijar del precio de venta.
- Elaborar un cuadro comparativo de los precios de la empresa con los costos obtenidos de la hoja de procesos de producción y más la utilidad estimada.

### **5.1.5. Fundamentación Científico – Técnica**

El sistema de costos es un conjunto de técnicas contables y de procedimientos que se aplican en las organizaciones o empresas con el propósito de determinar los costos reales de todos los diferentes recursos que intervienen en el proceso de elaboración del bien o servicio que se brinda, a través de la información obtenida se puede determinar un control de costos y posteriormente sirve para la toma de decisiones.

#### **Sistema de costos por procesos**

*Según Sarmiento (2010): Este sistema se aplica generalmente en empresas donde el proceso de producción es continuo, en serie, en gran escala; para artículos similares y en varios procesos, entendiéndose como proceso los pasos que debe seguir o las diferentes etapas que necesariamente deben cumplirse hasta la obtención de un artículo. Los costos se acumulan por cada proceso o departamento de producción, hasta su terminación; para así determinar el costo total unitario, por ejemplo, en industrias textiles, empresas mineras, empresas donde mezclan productos químicos, etc.*

El sistema de costos por procesos son los diferentes procesos fabricación a los cuales se someten los materiales hasta convertirse en producto terminado, esto se da en las empresas industriales, manufactureras que necesitan de varios procesos para elaborar el producto como el de pasar de una área o departamento a otro.

#### **Diseño de un sistema de costos por procesos**

*Para el autor Gómez, Oscar (2005): Cuando se trata de instalar un sistema de costeo por procesos en una empresa de transformación, uno de los primeros pasos que se debe dar es elaborar una carta de flujo de trabajo, en la cual se delimiten con claridad tanto los departamentos de producción como de los servicios. Los departamentos de producción incurrirán en costos por materiales, mano de obra y costos indirectos de fabricación; los de servicios, en cambio, sólo incurrirán en*

*costos indirectos de fabricación que posteriormente deberán ser absorbidos por los costos de producción.*

*El paso siguiente en el diseño de un sistema de costeo por procesos es la fijación de los centros de costos o áreas de responsabilidad de la producción que, como se dijo antes, serán la base para efectos de control por parte de la gerencia. (2005)*

Los elementos del costo según García (2008, pág. 16):

*Materia prima son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados.*

*Mano de obra es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados.*

*Costos Indirectos de fabricación son los que intervienen en la transformación de los productos pero no se identifican o cuantifican plenamente con la elaboración de partidas específicas de producción.*

### **Fijación de precios**

Para establecer un precio existen algunos tipos como el de basarse en la competencia como la mayoría de las empresas lo hacen, como es el caso de la empresa Cisnecolor Cía. Ltda., y el de fijar el precio con base en el costo; el segundo es el correcto y más rentable, si lo que se desea es obtener utilidades y conocer en si cuánto cuesta producir este servicio y cuál va a ser la ganancia obtenida.

#### **Fijación de precios basada en el costo**

*Según Kotler & Armstrong (2012) El método de fijación de precios más simple es la fijación de precios de costo más margen, sumar un margen de utilidad estándar al costo del producto. Por ejemplo, un detallista de electrodomésticos podría pagar un fabricante 20 dólares por un tostador y venderlo a \$30, lo que representa un margen de utilidad de 50% sobre el costo. El margen bruto del detallista sería de \$10. Si los costos operativos de la tienda ascienden a \$8 por cada tostador que se ha vendido, el margen de utilidad del detallista sería de \$2.*

*El fabricante del tostador probablemente usó también la fijación de precios costo más margen. Si su costo estándar de producir el tostador fue de \$16, podría haber añadido un sobreprecio de 25%, lo que daría un precio al detallista de \$20. De forma similar, las compañías constructoras presentan licitaciones de proyectos mediante la estimación del costo total del proyecto y la suma de un margen de utilidad estándar para obtener utilidades. Los abogados, contadores y otros profesionales suelen fijar los precios mediante la suma de un margen de utilidades estándar a sus costos. Algunas empresas comunican a sus clientes*

*que cobrarán el costo más cierto margen específico. Por ejemplo, las compañías aeroespaciales fijan así los precios que cobran el gobierno.*

*Otro enfoque de fijación de precios orientado hacia los costos es la fijación de precios basada en el punto de equilibrio, o una variación llamada fijación de precios basada en la utilidad meta. La empresa trata de determinar el precio con el que saldrá a mano u obtendrá las utilidades meta que se está buscando.*

*Cuando los precios se fijan de acuerdo a los costos existe una forma más simple que es la fijación de precios de costos más margen y de da al sumar el margen de utilidad estándar con el costo del bien o servicio. (pág. 365).*

*Según Thomas & Reed, (2008) Las consideraciones financieras internas y las consideraciones del mercado externo son en la mayoría de las empresas, fuerzas antagónicas en las decisiones relacionadas con la fijación de precios para cubrir los costes y alcanzar sus objetivos en materia de beneficios.*

*La atención prestada a los factores determinantes del precio de venta a lo largo de las últimas décadas ha sido desigual. En concreto, son las limitaciones de costes las que han desempeñado con más frecuencia el papel predominante dentro del proceso de fijación de precio, lo que ha dado lugar a que gran parte de los estudios y métodos desarrollados en este contexto se centren en ellos. Sin embargo, para establecer correctamente un precio es necesario tener en cuenta también las características del mercado al que la empresa dirige su oferta y las restricciones que planea.*

## **5.2. Desarrollo de la propuesta de solución**

En esta investigación se va a elaborar un sistema de costos adecuado para la empresa Cisnecolor Cía. Ltda., a través del diseño y elaboración de documentos que se debe llevar para la valoración del proceso de lavado y tinturado, donde se reflejará el valor real en contraste con el valor que hasta la actualidad refleja la empresa.

La realización de esta documentación tiene el apoyo de la Contadora, ya que de ella depende el desarrollo y aplicación de la propuesta para que la empresa salga adelante y obtenga buenos resultados.

## **5.3. Informe Preliminar**

La empresa Cisnecolor Cía. Ltda., ubicada en la ciudad de Pelileo - Barrio Tambo El Progreso, no cuenta con un sistema de costos adecuado, que le permita conocer los



elementos que intervienen en el servicio y el costo real del mismo para establecer el precio de venta.

Al momento de solicitar información de los inventarios se me entregó un listado de productos que la empresa maneja como inventario, en este no constan las cantidades que mantienen en stock, ni el valor de adquisición.

También se solicitó tarjetas kárdex de los productos, y estas no tienen un registro adecuado de entradas y salidas de mercadería; por otro lado el establecimiento de precio se realiza en base a la competencia, sin tomar en cuenta el costo de todos los elementos que intervienen en la prestación de este servicio, por lo que la empresa no conoce si obtiene una utilidad o pérdida en el ejercicio económico.

### **Beneficiarios**

Gerente Propietario

Contadora

### **Plazo**

El plazo para la ejecución del proyecto es de tres meses

### **Fases**

Por esos motivos encontrados se plantea la siguiente propuesta de solución que consta de 6 fases, donde la empresa implemente un sistema de costos por procesos, donde le ayude a determinar el costo de cada servicio que presta Cisnecolor Cía. Ltda.

**Firma**

**Aracely Silva**

**Tabla No. 23: MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA**

FASES		ACTIVIDADES	PASOS	TIEMPO
1	<b>Identificación de Costos</b>	Determinación de los Costos Fijos y Costos Variables.	Identificación de los elementos de costo.	1 día
			Selección de costos fijos de la empresa.	1 día
			Elaboración del cuadro de costos fijos.	
			Selección de costos variables de la empresa.	1 día
			Elaboración del cuadro de costos variables.	
2	<b>Tarjetas kárdex</b>	Elaboración de tarjetas kárdex.	Diseño del formato de la tarjetas kárdex.	1 día
			Realización de tarjetas kárdex de la materia prima aplicando el método promedio ponderado.	1 día
3	<b>Hoja de Procesos de Producción</b>	Elaboración de hojas de procesos de producción por cada servicio.	Enlistar los servicios y los precios ofrecidos por la empresa.	1 día
			Diseño de hojas de procesos de producción.	1 día
			Creación de pasos a seguir para la elaboración de las hojas de procesos de producción.	
			Se identifica los procesos y costos que involucra el servicio de prelavado.	1 día
			Se identifica los procesos y costos que involucra el servicio de tinturado blanco.	1 día
			Se identifica los procesos y costos que involucra el servicio de tinturado pardo.	1 día
			Se identifica los procesos y costos que involucra el servicio de tinturado beige.	1 día
			Se identifica los procesos y costos que involucra el servicio de tinturado negro.	1 día
			Se identifica los procesos y costos que involucra el servicio de tinturado fuxia.	1 día
			Se identifica los procesos y costos que involucra el servicio de tinturado café.	1 día
			Se identifica los procesos y costos que involucra el servicio de tinturado trapeado.	1 día
			Se identifica los procesos y costos que involucra el servicio de tinturado azul eléctrico.	1 día
			4	<b>Fijación del precio de venta por el método de absorción.</b>
Fijar el precio de venta para cada servicio de la empresa.				
5	<b>Cuadro Comparativo</b>	Elaboración del cuadro comparativo	Se comparan los precios de la empresa con los costos obtenidos de la hoja de procesos de producción.	1 día
			Análisis de cuadro comparativo	
6	<b>Estado de Costos de Producción y Ventas</b>	Establecimiento del Estado de Costos de Producción y Ventas	Se establece el estado de Costo de producción y ventas para determinar el costo y el precio de venta del servicio.	1 día
			Análisis final.	

**Elaborado por:** Silva Aracely (2017)

**Responsable:** Silva Aracely

## SISTEMA DE COSTOS POR PROCESOS PARA LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA CISNECOLOR S.A.



### FASE 1

#### IDENTIFICACIÓN DE COSTOS

Para implementar el método de costeo absorbente debemos tener en claro lo que cada uno de estos representa para la empresa, es decir cuales son cuales son los costos fijos y cuáles son los costos variables.

- **Determinación de los Costos fijos**

Los costos fijos son los valores que no se modifican con las actividades diarias de producción de la empresa. Por ende, se puede decir estos varían más con el tiempo que con la actividad.

En la empresa Cisnecolor Cía. Ltda. se identificó sus costos fijos y se muestran en la siguiente tabla, para la entidad la mano de obra, la depreciación de maquinaria, diesel, luz y agua se consideran como un costo fijo debido a que son erogaciones que se tienen mes a mes.

**Tabla No. 24: COSTOS FIJOS DE LA EMPRESA CISNECOLOR S.A.**

<b>COSTOS FIJOS</b>			
<b>Costos</b>	<b>Valor</b>	<b>Promedio de Prendas al mes</b>	<b>Total Costos Fijos</b>
MANO DE OBRA DIRECTA	8.000	32.000	\$ 0,25
DEP. MAQUINARIA	2.500	32.000	\$ 0,08
DIESEL	2.112	32.000	\$ 0,07
LUZ	1.000	32.000	\$ 0,03
AGUA	370	32.000	\$ 0,01
OTROS GASTOS	2.000	32.000	\$ 0,06
<b>COSTO</b>			<b>\$ 0,50</b>

**Elaborado:** Silva Aracely (2017)

- **Determinación de los Costos variables**

Los costos variables son los que se modifican constantemente, es decir pueden variar de acuerdo como cambien las cantidades de producción. Los costos variables de la empresa son los químicos que son utilizados para cada uno de los procesos de lavado y tinturado de prendas.

En la empresa Cisnecolor Cía. Ltda., se consideran costos variables los químicos que se utilizan en cada proceso y según el color y cantidad que se realice. Ya que estos varían en su cantidad de acuerdo al servicio.

En la tabla a continuación se puede observar los distintos tipos de químicos que son necesarios para la realización del proceso de lavado y tinturado, y el precio de cada uno por kilo. Esto es debido a que los químicos son comprados únicamente por kilos.

**Tabla No. 25: COSTOS VARIABLES DE LA EMPRESA CISNECOLOR  
S.A.**

<b>COSTOS VARIABLES</b>					
<b>No</b>	<b>QUIMICOS</b>	<b>Valor Kilo</b>	<b>No.</b>	<b>QUIMICOS</b>	<b>Valor Kilo</b>
<b>1</b>	Igualante	4,02	<b>19</b>	Carmin BNC	21,00
<b>2</b>	Detergente	3,20	<b>20</b>	Negro sulfuroso	4,10
<b>3</b>	Antipilin – Enzima	12,28	<b>21</b>	Secuestrante	1,85
<b>4</b>	Alfamilaza	2,70	<b>22</b>	Dispersante	5,50
<b>5</b>	Perioxido Brasil	0,90	<b>23</b>	Sulfuro	1,36
<b>6</b>	Azul BRL Directo	16,07	<b>24</b>	Ácido Acético	1,30
<b>7</b>	Metabisulfito	0,88	<b>25</b>	Permanganato	8,50
<b>8</b>	Ácido Oxálico	1,46	<b>26</b>	Carbonato	0,65
<b>9</b>	Silicona micro RPT	6,20	<b>27</b>	Sosa	1,15
<b>10</b>	Efecto seda	5,70	<b>28</b>	Turqueza	13,50
<b>11</b>	Cloro	0,45	<b>29</b>	Rojo	18,00
<b>12</b>	Fijador	13,50	<b>30</b>	Bisulfito	0,82
<b>13</b>	Escarlata directo	14,00	<b>31</b>	Gris JL	37,00
<b>14</b>	Sal	5,00	<b>32</b>	Ácido fórmico	1,32
<b>15</b>	Policloruro	1,50	<b>33</b>	Rojo directo	33,00
<b>16</b>	Micro Silicona	3,50	<b>34</b>	Sulfuro	1,36
<b>17</b>	Brillo azul polvo	8,04	<b>35</b>	Beige RF1	42,40
<b>18</b>	Pardo JL	23,00			

**Elaborado:** Silva Aracely (2017)

## FASE 2

### TARJETAS KÁRDEX


La elaboración y preparación de la tarjeta kárdex es de suma importancia en el proceso de producción y de prestación de servicios. Es un soporte para el inventario de materia prima, ya que se puede tener la valoración de los suministros o de los insumos que intervienen en el proceso y ayuda a tener en cuenta las cantidades máximas y mínimas de existencia, y así conocer cuando materia prima se termina y así solicitar más al proveedor, debido a que el proceso no puede ser detenido por falta de materiales.

Para la realización de las tarjetas kárdex existen 2 métodos para su desarrollo, el método PEPS y el método de promedio ponderado.

El método Promedio ponderado es el que se va aplicar en la empresa debido a que su aplicación es mucho más fácil, ágil, práctica y de mejor comprensión.

En la tabla No. 26 que se presenta a continuación se expone la manera de cómo deben ser registradas las entradas y salidas cada uno de productos o materia prima utilizados en la producción del servicio.

**Tabla No. 26: TARJETA KARDEX**

<b>KÁRDEX</b>										
<b>EMPRESA CISNECOLOR CÍA. LTDA.</b>										
RUC: 1891720617001										
DIRECCIÓN: Pelileo - Tambo el Progreso										
TELEFONO: 032 - 831722										
<b>PRODUCTO:</b>		ANTILIPILIN – ENZIMA			<b>EXISTENCIA MINIMA:</b>			1 KL		
<b>METODO:</b>		PROMEDIO PONDERADO			<b>EXISTENCIA MAXIMA:</b>			100 KL		
Fecha	Detalle	INGRESOS			EGRESOS			SALDOS		
		Cant.	C. Unit.	Total	Cant.	C.Unit.	Total	Cant.	C.Unit.	Total
31/11/2016	Saldo Inicial							-	-	-
01/12/2016	COMPRA	5	12,28	61,40				5	12,28	61,40
09/06/2016	COMPRA	30	12,28	368,40				35	12,28	429,80
								35	12,28	429,80
14/12/2016	CONSUMO				35	12,28	429,80	-	-	-

**Elaborado:** Silva Aracely (2017)

# FASE 3

## HOJA DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN

La hoja de procesos de producción ha sido elaborada por necesidad para uso de la empresa, con el fin de que su uso permita enlistar y conocer los procesos realizados en la empresa para cada servicio y a su vez mostrar el costo por cada gramo invertido por parada de prendas.

Como se puede observar esta hoja de proceso de producción permite obtener de manera muy rápida y ágil los procesos y a la misma vez el costo de cada servicio ofertado por la empresa.

En la tabla No. 27, se va a enlistar los servicios y los precios ofrecidos por la empresa para una mejor comprensión para más adelante.

**Tabla No. 27: LISTADO DE PRECIOS**

<b>EMPRESA CISNECOLOR CÍA. LTDA</b>	
<b>RUC:</b> 1891720617001	
<b>DIRECCIÓN:</b> Pelileo - Tambo el Progreso	
<b>TELEFONO:</b> 032 – 831722	
<b>SERVICIOS</b>	<b>PRECIOS OFERTADOS</b>
	<b>PANTALÓN</b>
PRELAVADO	0,50
BLANCO	0,90
<b>SUCIO O DIRECTO: PARDO</b>	1,00
<b>COLORES DIRECTOS: BEIGE - CAQUI - ABANO - QUEMADO-</b>	1,05
NEGRO	1,10
<b>COLORES CLAROS: FUXIA</b>	1,25
<b>COLORES OSCUROS : CAFÉ</b>	1,35
TRAPEADO NORMAL	1,20
AZUL ELECTRICO	1,80

**Fuente:** Empresa Cisnecolor Cía. Ltda.

**Elaborado por:** Silva Aracely, (2017)

En el cuadro propuesto anteriormente se analizan los servicios y los precios que brinda la empresa, y se va a realizar la hoja de procesos de producción por cada uno de los servicios.


Para posteriormente luego de obtener los costos por servicio realizar una comparación, y verificar si se están recuperando estos costos.

En la tabla No. 28 se ha puesto en marcha el modelo de Hoja de procesos de producción del servicio de prelavado, el mismo que se detalla a continuación a través de pasos a seguir para su ejecución:

1. En primer lugar se debe tomar en cuenta que el modelo está preparado para una parada de 40 prendas o 20 kilos, debido a que la maquinaria tiene esa capacidad.
2. El servicio de prelavado es el más sencillo, consta de un proceso llamado Desengomado y este contiene 10 gramos de antiqiebre a \$7,15 el kilo; 50 gramos ácido fórmico a \$1,32 el kilo; 200 gramos de alfamilaza a \$2,70 el kilo; 20 gramos de dispersante a \$5,5 el kilo; 20 gramos de detergente a \$3,2 el kilo.
3. Luego se procede a dividir el costo kilo para 1000 gramos (costo kilo/1000).
4. Para determinar el COSTO se multiplican los gramos para el costo gramo (gramo\*costo gramo).
5. Para obtener el Costo de la parada se suma todos los costos obtenidos antes, con un total de \$0,85 ctvs.
6. El costo del pantalón se obtiene mediante la división del costo de parada dividido para la cantidad de prendas (total de costo de parada/cant de parada) dando como resultado \$0,02 ctvs por prenda.
7. Por ultimo para lograr obtener el COSTO REAL del servicio por prendas se da mediante la suma de los costos fijos que fueron obtenidos en la tabla No. 24 más el costo del pantalón del punto anterior.
8. Así se obtiene el costo del servicio de prelavado que es de \$0,52 ctvs.



**Tabla No. 28: Servicio #1 PRELAVADO**

<b>HOJA DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE PRELAVADO</b>					
<b>EMPRESA CISNECOLOR CÍA. LTDA</b>					
RUC: 1891720617001					
DIRECCIÓN: Pelileo - Tambo el Progreso					
TELEFONO: 032 – 831722					
<b>PRELAVADO</b>					
PARADA 40 PANTALONES 20 KILOS					
PROCESO	QUIMICO	GRAMO	COSTO KILO	COSTO GRAMO (costo kilo/1000)	COSTO (gramo*costo o gramo)
DESENGOMADO	ANTIQUIEBRE	10	7,15	0,0072	0,07
	ACIDO FORMICO	50	1,32	0,0013	0,07
	ALFAMILAZA	200	2,7	0,0027	0,54
	DISPERZANTE	20	5,5	0,0055	0,11
	DETERGENTE	20	3,2	0,0032	0,06
<b>COSTO PARADA (suma costos)</b>					<b>0,85</b>
<b>COSTO PANTALON (total de costo de parada/cant de parada)</b>					<b>0,02</b>
<b>0,50 MANO DE OBRA , LUZ, MAQUINARIA, OTROS</b>					<b>0,52</b>

Elaborado: Silva Aracely (2017)

El costo real tomado de la tabla No. 29 en el servicio #2 color Blanco es de \$0,67 ctvs.

**Tabla No. 29: Servicio #2 BLANCO**

<b>HOJA DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE BLANCO</b>					
<b>EMPRESA CISNECOLOR CÍA. LTDA</b>					
RUC: 1891720617001					
DIRECCIÓN: Pelileo - Tambo el Progreso					
TELEFONO: 032 – 831722					
<b>BLANCO</b>					
PARADA 40 PANTALONES 20 KILOS					
PROCESO	QUIMICO	GRAMO	COSTO KILO	COSTO GRAMO (costo kilo/1000)	COSTO (gramo*costo gramo)
BLANQUEO	SOSA	800	0,9	0,0009	0,72
	METASILICATO	1000	0,83	0,0008	0,83
	BRILLO	130	8,04	0,0080	1,05
	DETERGENTE	500	3,20	0,0032	1,60
	SECUESTRANTE	1000	1,85	0,0019	1,85
	PEROXIDO	1500	0,95	0,0010	1,43
	DISPERSANTE	500	5,5	0,0055	2,75
<b>COSTO PARADA</b>					<b>10,22</b>
<b>COSTO PANTALON</b>					<b>0,26</b>
<b>0,50 MANO DE OBRA , LUZ, MAQUINARIA, OTROS</b>					<b>0,67</b>

Elaborado: Silva Aracely (2017)

El costo real tomado de la tabla No. 30 en el servicio #3 color Pardo es de \$0,63 ctvs.

**Tabla No. 30: Servicio #3 PARDO**


<b>HOJA DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE PARDO</b>					
<b>EMPRESA CISNECOLOR CÍA. LTDA</b>					
RUC: 1891720617001					
DIRECCIÓN: Pelileo - Tambo el Progreso					
TELÉFONO: 032 – 831722					
<b>PARDO</b>					
PARADA 40 PANTALONES 20 KILOS					
<b>PROCESO</b>	<b>QUIMICO</b>	<b>GRAMO</b>	<b>COSTO KILO</b>	<b>COSTO GRAMO (costo kilo/1000)</b>	<b>COSTO (gramo*costo kilo)</b>
DESENGOME	ALFAMILAZA	200	2,70	0,0027	0,54
	ANTIQUIEBRE	10	7,15	0,0072	0,07
	ACIDO FORMICO	50	1,32	0,0013	0,07
	DISPERZANTE	20	5,50	0,0055	0,11
	DETERGENTE	20	3,20	0,0032	0,06
ESTON	ACIDO FORMICO	50	1,32	0,0013	0,07
	ENCIMA	100	12,28	0,0123	1,23
	DISPERZANTE	10	5,50	0,0055	0,06
TINTURADO	SECUESTRANTE	300	2,15	0,0022	0,65
	IGUALANTE	100	4,02	0,0040	0,40
	PARDO	30	23,00	0,0230	0,69
	SAL	5000	5,00	0,0001	0,50
FIJADO	FIJADOR	50	13,50	0,0135	0,68
	ACIDO FORMICO	50	1,32	0,0013	0,07
<b>COSTO PARADA</b>					<b>5,18</b>
<b>COSTO PANTALON</b>					<b>0,13</b>
<b>0,50 MANO DE OBRA , LUZ, MAQUINARIA, OTROS</b>					<b>0,63</b>

**Elaborado:** Silva Aracely (2017)

El costo real tomado de la tabla No. 31 en el servicio #4 color Beige es de \$0,56 ctvs.

En este servicio se puede tomar en cuenta que dentro de este grupo llamado colores directos también están los colores; caqui, abano y quemado, fijándose así el mismo costo.

**Tabla No. 31: Servicio #4 BEIGE**

<b>HOJA DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE BEIGE</b>					
<b>EMPRESA CISNECOLOR CÍA. LTDA</b>					
<b>RUC:</b> 1891720617001					
<b>DIRECCIÓN:</b> Pelileo - Tambo el Progreso					
<b>TELEFONO:</b> 032 - 831722					
<b>BEIGE</b>					
PARADA 40 PANTALONES 20 KILOS					
<b>PROCESO</b>	<b>QUIMICO</b>	<b>GRAMO</b>	<b>COSTO KILO</b>	<b>COSTO GRAMO (costo kilo/1000)</b>	<b>COSTO (gramo*costo gramo)</b>
TINTURADO	SECUESTRANTE	300	2,15	0,0022	0,65
	IGUALANTE	100	4,02	0,0040	0,40
	BEIGE RF1	10	42,4	0,0424	0,42
FIJADO	FIJADOR	50	13,5	0,0135	0,68
	ACIDO FORMICO	50	1,32	0,0013	0,07
<b>COSTO PARADA</b>					<b>2,21</b>
<b>COSTO PANTALON</b>					<b>0,06</b>
<b>0,50 MANO DE OBRA , LUZ, MAQUINARIA, OTROS</b>					<b>0,56</b>

**Elaborado:** Silva Aracely (2017)

El costo real tomado de la tabla No. 32 en el servicio #5 color Negro es de \$1,14 ctvs. En este servicio se puede observar que este servicio es un poco más costoso que los anteriores.


**Tabla No. 32: Servicio #5 NEGRO**

<b>HOJA DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE NEGRO</b>					
<b>EMPRESA CISNECOLOR CÍA. LTDA</b>					
RUC: 1891720617001					
DIRECCIÓN: Pelileo - Tambo el Progreso					
TELÉFONO: 032 - 831722					
<b>NEGRO</b>					
PARADA 40 PANTALONES 20 KILOS					
PROCESO	QUIMICO	GRAMO	COSTO KILO	COSTO GRAMO (costo kilo/1000)	COSTO (gramo*costo gramo)
DESENGOME	ALFAMILAZA	300	2,7	0,0027	0,81
	ANTIQUIEBRE	10	7,15	0,0072	0,07
	ACIDO FORMICO	50	1,31	0,0013	0,07
	DISPERZANTE	20	5,5	0,0055	0,11
	DETERGENTE	20	3,2	0,0032	0,06
TINTURADO	NEGRO SULFUROSO	4000	4,1	0,0041	16,40
	SULFURO	4000	1,36	0,0014	5,44
	CARBONATO	500	0,65	0,0007	0,33
	SAL	20000	5	0,0001	2,00
	FIJADOR	25	13,5	0,0135	0,34
	ACIDO FORMICO	100	1,32	0,0013	0,13
<b>COSTO PARADA</b>					<b>25,76</b>
<b>COSTO PANTALON</b>					<b>0,64</b>
<b>0,50 MANO DE OBRA , LUZ, MAQUINARIA, OTROS</b>					<b>1,14</b>

**Elaborado:** Silva Aracely (2017)

El costo real tomado de la tabla No. 33 en el servicio #6 color Fuxia es de \$0,58 ctvs.

**Tabla No. 33: Servicio #6 FUXIA**

<b>HOJA DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE FUXIA</b>					
<b>EMPRESA CISNECOLOR CÍA. LTDA</b>					
RUC: 1891720617001					
DIRECCIÓN: Pelileo - Tambo el Progreso					
TELÉFONO: 032 - 831722					
<b>FUXIA</b>					
PARADA 40 PANTALONES 20 KILOS					
PROCESO	QUIMICO	GRAMO	COSTO KILO	COSTO GRAMO (costo kilo/1000)	COSTO (gramo*costo gramo)
TINTURADO	SECUESTRANTE	200	1,85	0,0019	0,37
	IGUALANTE	50	4,02	0,0040	0,20
	ROJO DIR	60	33	0,0330	1,98
FIJADO	FIJADOR	50	13,5	0,0135	0,68
	ACIDO FORMICO	50	1,32	0,0013	0,07
<b>COSTO PARADA</b>					3,29
<b>COSTO PANTALON</b>					0,08
<b>0,50 MANO DE OBRA , LUZ, MAQUINARIA, OTROS</b>					0,58

**Elaborado:** Silva Aracely (2017)

El costo real tomado de la tabla No. 34 en el servicio #7 color Café es de \$1,30 ctvs.

**Tabla No. 34: Servicio #7 CAFÉ**

<b>HOJA DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ</b>					
<b>EMPRESA CISNECOLOR CÍA. LTDA</b>					
RUC: 1891720617001					
DIRECCIÓN: Pelileo - Tambo el Progreso					
TELEFONO: 032 - 831722					
<b>CAFÉ</b>					
PARADA 40 PANTALONES 20 KILOS					
<b>PROCESO</b>	<b>QUIMICO</b>	<b>GRAMO</b>	<b>COSTO KILO</b>	<b>COSTO GRAMO (costo kilo/1000)</b>	<b>COSTO (gramo*costo gramo)</b>
TINTURADO	DETERGENTE	300	3,2	0,0032	0,96
	DISPERZANTE	500	5,5	0,0055	2,75
	SECUESTRANTE	300	1,85	0,0019	0,56
	IGUALANTE	50	4,02	0,0040	0,20
	PARDO JL	850	23	0,0230	19,55
	GRIS RL	110	37	0,0370	4,07
	NEGRO DIRECTO	400	4,35	0,0044	1,74
	SAL	15000	5	0,0001	1,50
FIJADO	FIJADOR	50	13,5	0,0135	0,68
	ACIDO FORMICO	50	1,32	0,0013	0,07
<b>COSTO PARADA</b>					32,07
<b>COSTO PANTALON</b>					0,80
<b>0,50 MANO DE OBRA , LUZ, MAQUINARIA, OTROS</b>					1,30

**Elaborado:** Silva Aracely (2017)

El costo real tomado de la tabla No. 35 en el servicio #8 color Trapeado es de \$0,72 ctvs.

**Tabla No. 35: Servicio #8 TRAPEADO**

<b>HOJA DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE TRAPEADO</b>					
<b>EMPRESA CISNECOLOR CÍA. LTDA</b>					
<b>RUC:</b> 1891720617001					
<b>DIRECCIÓN:</b> Pelileo - Tambo el Progreso					
<b>TELÉFONO:</b> 032 - 831722					
<b>TRAPEADO</b>					
PARADA 40 PANTALONES 20 KILOS					
<b>PROCESO</b>	<b>QUIMICO</b>	<b>GRAMO</b>	<b>COSTO KILO</b>	<b>COSTO GRAMO (costo kilo/1000)</b>	<b>COSTO (gramo*costo gramo)</b>
DESENGOME	ANTIQUIEBRE	10	7,15	0,0072	0,07
	ACIDO FORMICO	50	1,38	0,0014	0,07
TRAPEADO	CLORO	3000	0,45	0,0005	1,35
NEUTRALIZADO	BISULFITO	500	0,82	0,0008	0,41
	OXALICO	300	1,46	0,0015	0,44
	DETERGENTE	500	3,2	0,0032	1,60
BLANQUEO	METASILICATO	500	0,83	0,0008	0,42
	DISPERSANTE	500	5,5	0,0055	2,75
	BRILLO	150	8,04	0,0080	1,21
	SOSA	400	0,9	0,0009	0,36
	SECUESTRANTE	300	1,85	0,0019	0,56
	PEROXIDO	500	0,9	0,0009	0,45
<b>COSTO PARADA</b>					<b>8,67</b>
<b>COSTO PANTALON</b>					<b>0,22</b>
<b>0,50 MANO DE OBRA , LUZ, MAQUINARIA, OTROS</b>					<b>0,72</b>

**Elaborado:** Silva Aracely (2017)

El costo real tomado de la tabla No. 36 en el servicio #9 color Azul eléctrico es de \$1,93 ctvs

**Tabla No. 36: Servicio #9 AZUL ELECTRICO**

<b>HOJA DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE AZUL ELECTRICO</b>					
<b>EMPRESA CISNECOLOR CÍA. LTDA</b>					
RUC: 1891720617001					
DIRECCIÓN: Pelileo - Tambo el Progreso					
TELEFONO: 032 - 831722					
<b>AZUL ELECTRICO TELA BLANCA</b>					
PARADA 40 PANTALONES 20 KILOS					
<b>PROCESO</b>	<b>QUIMICO</b>	<b>GRAMO</b>	<b>COSTO KILO</b>	<b>COSTO GRAMO (costo kilo/1000)</b>	<b>COSTO (gramo*costo kilo)</b>
TINTURADO	AZUL BNC	1200	38	0,0380	45,60
	SECUESTRANTE	300	1,85	0,0019	0,56
	IGUALANTE	50	4,02	0,0040	0,20
	TURQUEZA	420	13,5	0,0135	5,67
	ROJO	10	18	0,0180	0,18
	CARBONATO	3500	0,65	0,0007	2,28
	SAL	20000	5	0,0001	2,00
	SOSA	10	0,9	0,0009	0,01
ACIDULAR	ACIDO ACETICO	100	1,3	0,0013	0,13
	DETERGENTE	10	3,2	0,0032	0,03
FIJADOR	FIJADOR	25	13,5	0,0135	0,34
	ACIDO FORMICO	150	1,32	0,0013	0,20
<b>COSTO PARADA</b>					<b>57,19</b>
<b>COSTO PANTALON</b>					<b>1,43</b>
<b>0,50 MANO DE OBRA , LUZ, MAQUINARIA, OTROS</b>					<b>1,93</b>

**Elaborado:** Silva Aracely (2017)



# FASE 4

## FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

El precio de venta de los servicios ofertados por la empresa es establecido mediante la obtención del costo por absorción, añadiéndole un margen de utilidad del 30%.

Logrando fijar un precio correcto y real sabiendo que se va a recuperar lo invertido y a su vez alcanzar un máximo propósito de la empresa que es el de obtener utilidades.

**Tabla No. 37: FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA**

SERVICIOS	COSTOS OBTENIDOS	MARGEN DE UTILIDAD 30%	PRECIO DE VENTA
Prelavado	0,52	0,16	0,68
Blanco	0,67	0,20	0,87
Sucio o directo: pardo	0,63	0,19	0,82
Colores directos: beige - caqui - abano - quemado-	0,56	0,17	0,72
Negro	1,14	0,34	1,49
Colores claros: fuxia	0,58	0,17	0,76
Colores oscuros : café	1,30	0,39	1,69
Trapeado normal	0,72	0,22	0,93
Azul eléctrico	1,93	0,58	2,51

**Elaborado:** Silva, Aracely (2017)

Al establecer el 30% de utilidad la empresa recupera la inversión, obtiene una ganancia razonable, brinda un servicio de calidad y mantiene un cliente satisfecho.

Con el precio de venta establecido la empresa fija un valor accesible y módico para el cliente, valor que es competitivo y da estabilidad a la compañía y le permite crecer paulatinamente.

# FASE 5

## CUADRO COMPARATIVO

El cuadro comparativo ayudo a evidenciar claramente que en unos servicios se está obteniendo pérdida, mientras que en otros se está obteniendo una mínima ganancia, la que no ayuda a la recuperación de lo invertido para los otros servicios. Por ende la empresa debe optar por el uso del Sistema de costos por procesos.

En la estimación del precio de venta se ha optado por incrementar una utilidad razonable que ayude a la recuperación del costo, se obtenga ganancia y se presente un precio competitivo.

**Tabla No. 38: CUADRO COMPARATIVO**

SERVICIOS	PRECIOS OFERTADOS	COSTOS OBTENIDOS	PRECIO DE VENTA
Prelavado	0,50 *	0,52 ✖	0,68 ☹
Blanco	0,90 *	0,67 Ⓜ	0,87 ☹
Sucio o directo: pardo	1,00 *	0,63 β	0,82 ☹
Colores directos: beige - caqui - abano - quemado-	1,05 *	0,56 †	0,72 ☹
Negro	1,10 *	1,14 ○	1,49 ☹
Colores claros: fuxia	1,25 *	0,58 ☹	0,76 ☹
Colores oscuros : café	1,35 *	1,30 ☹	1,69 ☹
Trapeado normal	1,20 *	0,72 γ	0,93 ☹
Azul eléctrico	1,80 *	1,93 ⊖	2,51 ☹

**Elaborado:** Silva, Aracely (2017)

\* Tabla No 27

✖ Tabla No 28

Ⓜ Tabla No 29

β Tabla No 30

† Tabla No 31

○ Tabla No 32

☹ Tabla No 33

Ⓞ Tabla No 34

γ Tabla No 35

⊖ Tabla No 36

☹ Tabla No 37

## Análisis

En el prelavado se puede evidenciar que la empresa estaba perdiendo dos centavos en cada pantalón que lava, el costo para la empresa es de 0.52 centavos y con una utilidad rentable la empresa debería cobrar 0.68 centavos.

En otros procesos la empresa ha obtenido utilidad, pero no quiere decir que este bien, ya que la finalidad de la aplicación del costo, es conocer el valor real del servicio, para

brindar a los clientes una prestación óptima y que garantice a la empresa cubrir sus gastos operaciones y obtener una utilidad rentable.

## FASE 6

### ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y VENTAS

El estado de Costo de Producción y ventas es necesario en toda empresa manufacturera o de servicios, ya que permite conocer cada elemento que interviene en el proceso y sobre todo las cantidades del mismo, para poder cuantificar y determinar el costo de producción y estimar el precio de venta.

A continuación, detallamos en Estado de Costos de la empresa Cisnecolor Cía. Ltda. Para reflejar el valor de la producción, incrementar una utilidad aceptable y generar el precio de venta del servicio prestado. En este Estado se toma en cuenta el método de costeo absorbente, donde se toman en cuenta los costos fijos y variables para la prestación del servicio.

**Tabla No. 395: Estado de Costos de Producción y Ventas**

ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCION Y VENTAS		
CISNECOLOR CIA. LTDA.		
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016		
	Inv. Inicial. Materia prima	10.444,17
+	Compras de Materia Prima Directa	\$ 10.085,50
=	Materia Disponible para la producción	\$ 20.529,67
-	Inv. Final Materia prima	\$ 7.529,67
=	Materia Prima Utilizada	\$ 13.000,00
+	Mano de Obra Directa	\$ 8.000,00
=	Costo Primo	\$ 21.000,00
+	Costos Indirectos de Fabricación	\$ 5.500,00
=	Costo de Producción	\$ 26.500,00
+	Inv. Inicial. Productos en Proceso	\$ 0,00
-	Inv. Final Productos en Proceso	\$ 0,00
=	Artículos Producidos	\$ 26.500,00
+	Inv. Inicial. Productos en Terminados	\$ 0,00
-	Inv. Final. Productos Terminados	\$ 0,00
=	<b>Costos de Ventas</b>	<b>\$ 26.500,00</b>

	<b>CPU</b>	<b>\$ 0,83</b>
	UTILIDAD	\$ 0,25
	<b>PVP</b>	<b>\$ 1,08</b>

**Elaborado por:** Silva, Aracely (2017)

### **Análisis**

Para realizar el estado de Costos debemos tomar en cuenta todos los elementos que forman parte del proceso, sean fijos o variables, mediante el uso de fórmulas para obtener los resultados y conocer el valor del servicio que se está prestando, para así asignar un valor de utilidad rentable.

Una vez establecido el estado de costos de producción y ventas se obtiene el costo real del servicio, a este valor le añadimos la utilidad deseada del 30% basándonos en costo obtenido sin que la entidad genere pérdidas.

## BIBLIOGRAFÍA

AGUIRRE FLÓREZ, J. G. (2004). *SISTEMA DE COSTEO*.

AGUIRRE JOSE. (2004). *SISTEMA DE COSTEO; LA ASIGNACION DEL COSTO TOTAL A PRODUCTOS Y SERVICIOS*.

AITE . (28 de ABRIL de 2015). *BOLETIN AITE EDICION 28*. Obtenido de <http://aite.com.ec/boletines/2015/exportaciones.pdf>

AITE ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR. (27 de ENERO de 2016). Obtenido de <http://aite.com.ec/boletines/2016/potencias-industria.pdf>

ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR (AITE). (2016). *AITE (ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR)*. Recuperado el 17 de Enero de 2017, de AITE (ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR): <http://aite.com.ec/industria.html>

AVILA, J. (2006). *ECONOMIA*.

BARFIELD, J., RAIBORN, C., & KINNEY, M. (2004). *CONTABILIDAD DE COSTOS TRADICIONES E INNOVACIONES*.

BLANCO, R. (2006). Los Enfoques Metodológicos y la Administración Pública Moderna. <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/27/blanco.html>.

CASIGNE, & CERVANTES. (1981).

CASTRO, Á. (2002). *ENFOQUE EMPRESARIAL*.

CHARLES, H., GARY, S., & WILLIAM, S. (2006). *CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA*.

COMERCIO. (17 de MAYO de 2015). El plazo para tratar las aguas de 28 lavanderías de 'jeans' se acorta. *El plazo para tratar las aguas de 28 lavanderías de 'jeans' se acorta*.

- COMERCIO, E. (25 de ABRIL de 2016).
- CUEVAS CARLOS. (2001). *CONTABILIDAD DE COSTOS ENFOQUE GERENCIAL Y DE GESTION*.
- CUEVAS, CARLOS. (2002). FIJACIÓN DE PRECIOS Costo Plus (Costo más margen) y Target Costing (Costeo Objetivo). *ESTUDIOS GERENCIALES*.
- DIAZ, I., RODAN, F., & DIEZ DE CASTRO, E. (2013). *GESTION DE PRECIOS*.
- DONALD, C., & DOUGLAS, G. (2004). *MARKETING EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA*.
- EL TELEGRAFO. (22 de AGOSTO de 2016). *La producción de jeans en Pelileo bajó 50% por 2 factores externos*.
- EL TELEGRAFO. (AGOSTO de 2016). La producción de jeans en Pelileo bajó 50% por 2 factores externo.
- EL TIEMPO. (19 de ABRIL de 2016). Después del terremoto, Ecuador podría sufrir fuerte réplica económica.
- ESCUADERO MARIA. (2010). *OPERACIONES ADMINISTRATIVAS DE COMPRAVENTA*.
- FLETCHER, & RUSELL. (2000).
- FLOWER, E. (1997). *CONTABILIDAD FINANCIERA ENFOQUE MODERNO*.
- FULLANA, B., & PAREDES, J. (2008). *CONTABILIDAD DE COSTES*.
- GALIANO. (2004).
- GARCIA. (2008). *COMPONENTES DEL COSTO TOTAL*.
- GAWANDE, A. (2011). *El efecto Checklist*.
- Gillezeau, P., & Romero, S. (JUNIO de 2004). Obtenido de SISTEMA DE COSTOS DE CALIDAD COMO PROCESO DE MEJORAMIENTO CONTINUO:  
[http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17582/2/articulo\\_1.pdf](http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17582/2/articulo_1.pdf)
- GIMENEZ. (1996).

GIRALDEZ, A. (2010). *INVESTIGACION, INNOVACION Y BUENAS PRACTICAS*.

GOMEZ OSCAR. (2005). *CONTABILIDAD DE COSTOS*.

HERNANDEZ, B. (2001). *TECNICAS ESTADISTICAS DE INVESTIGACION SOCIAL*.

HERRERA, & MEDINA. (2004).

HERRERA, MEDINA, & NARANJO. (2004).

HORA, L. (22 de JULIO de 2013). El dominio textil se impone.

HORNGREN, C. (2003). *CONTABILIDAD DE COSTOS*.

HORNGREN, C., & FOSTER, G. (1991). *CONTABILIDAD DE COSTOS UN ENFOQUE GERENCIAL*.

HORNGREN, C., & FOSTER, G. (1996). *CONTABILIDAD DE COSTOS UN ENFOQUE GERENCIAL*.

HORNGREN, DATAR, & RAJAN. (2012).

INEC. (2011).

JIMENEZ, F., & ESPINOZA, C. (2006). *COSTOS INDUSTRIALES*.

JOHNSON, R. (1988). *ESTADISTICA ELEMENTAL*.

KISER. (1999).

KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2012). *FUNDAMENTOS DE MARKETING*.

LARA, & HERNÁNDEZ. (2007).

LIDERES, R. (2016). En el sector textil, el 85% de los actores son pymes Lecturas: 658.

LIND, D., MARCHAL, W., & MASON, R. (2004). *ESTADISTICA PARA ADMINISTRACION Y ECONOMIA*.

LOPEZ, A., & LOBATO, F. (2006). *OPERACIONES DE VENTA*.

LOPEZ, B., & RUIZ, P. (2001). *LA ESENCIA DEL MARKETING*.

López, M. M. (2010). Los Sistemas de Contabilidad de Costos en la PYME mexicana.

MARTINEZ. (2008).

- Mendoza Roca Calixto. (2004). *Presupuestos para empresas de manufactura*. Barranquilla, Colombia: Ediciones Uninorte.
- MORILLO, M. (JUNIO de 2002). *Diseño de sistemas de costeo: Fundamentos teóricos*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/257/25700507.pdf>
- NAGLE, T., & HOLDEN, R. (1998). *ESTRATEGIA Y TACTICAS PARA LA FIJACION DE PRECIOS*.
- NEUNER, & DESKIN. (1993).
- PORTO, JULIAN. (2017). *DENIFICION.DE*. Obtenido de <http://definicion.de/cuadro-comparativo/>
- PROECUADOR INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES. (2012). *ANÁLISIS SECTORIAL DE TEXTILES Y CONFECCIONES*. Obtenido de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC\\_AS2012\\_TEXTILES.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf)
- REYES, E. (2008). *CONTABILIDAD DE COSTOS*. MEXICO.
- ROCAFORT, A., & VICENT, F. (2008). *CONTABILIDAD DE COSTES; FUNDAMENTOS Y EJERCICIOS RESULETOS*.
- ROJAS, R. (1985).
- ROJAS, R. (2007). *SISTEMA DE COSTOS UN PROCESO PARA SU IMPLEMENTACION*.
- ROSALES JOSE. (2000). *ELEMENTOS DE MICROECONOMIA*.
- SALKID, N. (1999). *METODOS DE INVESTIGACION*.
- SARMIENTO, R. (2010). *CONTABILIDAD DE COSTOS*.
- STRACUZZI, P., & PESTAN, M. (2012).
- SULSER, R. (2004). *EXPORTACION EFECTIVA*.
- TELEGRAFO, E. (09 de JULIO de 2014). 54 lavanderías de jeans y otras empresas solicitan un Parque Industrial en Pelileo. *54 lavanderías de jeans y otras empresas solicitan un Parque Industrial en Pelileo*.



THOMAS, N., & REED, H. (2008). *ESTRATEGIA Y TACTICAS PARA LA FIJACION DE PRECIOS*.

THOMPSON, I. (2007). *Estrategias de precios*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html>

TRINIDAD TORRES, M. (2005). *PRECIOS UNITARIOS*.


VEJAR GASTÓN. (2002). *CONTABILIDAD DE COSTOS POR PROCESOS*.

VERA MANUEL. (2014). *MEDIOS DE PAGO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL*.


ZAPATA PEDRO. (2011). *CONTABILIDAD GENERAL*.

# **ANEXOS**

# ANEXO 1. RUC DE LA EMPRESA



**REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES  
SOCIEDADES**



NÚMERO RUC: 1891720017001  
 RAZÓN SOCIAL: CISNECOLOR CIA. LTDA.

NOMBRE COMERCIAL: \_\_\_\_\_  
 REPRESENTANTE LEGAL: PALLASCO ZUÑIGA CARLOS EDUARDO  
 CONTADOR: BASANTES LLERENA DIANA XIMENA  
 CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS  
 CALIFICACIÓN ARTESANAL: SN

OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: SI  
 NÚMERO: SN

FEC. NACIMIENTO: \_\_\_\_\_  
 FEC. INSCRIPCIÓN: 14/11/2005  
 FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA: \_\_\_\_\_

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 31/10/2006  
 FEC. ACTUALIZACIÓN: 29/07/2016  
 FEC. FINIS ACTIVIDADES: \_\_\_\_\_

**ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL**  
 SERVICIO DE TEJIDO DE PRENDAS DE VESTIR EN JEAN

**DOMICILIO TRIBUTARIO**  
 Provincia: TUNGURAHUA Canton: SAN PEDRO DE PELILEO Parroquia: PELILEO Barrio: EL TAMBO Calle: VIA A OLMEDO Numero: 5/1 Referencia ubicación: A CUATRO CUADRAS DE LA PLAZA DE HERBA Telefono Trabajo: 032631722 Celular: 0987475360 Email: cisnecolor@hotmail.com


**DOMICILIO ESPECIAL**  
 SN

**OBLIGACIONES TRIBUTARIAS**


- \* ANEXO ACCIONISTAS, PARTICIPES, SOCIOS, MIEMBROS DEL DIRECTORIO Y ADMINISTRADORES
- \* ANEXO DE DIVIDENDOS, UTILIDADES O BENEFICIOS -ADI
- \* ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- \* ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- \* DECLARACION DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES
- \* DECLARACION DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- \* DECLARACION MENSUAL DE IVA

**# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS**

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS	JURISDICCIÓN	ABIERTOS	CERRADOS
1	1 ZONA 3 TUNGURAHUA	1	0



Código: RIMRUC2016000641482  
 Fecha: 06/08/2016 09:15:18 AM



Pag 1 de 2



REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES  
SOCIEDADES



NÚMERO RUC: 1851720517001  
RAZÓN SOCIAL: CISNECOLOR CIA. LTDA.

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS

Nº ESTABLECIMIENTO: 001 Estado: ABIERTO - MATRIZ  
NOMBRE COMERCIAL: PEG. CIENNE: PEG. RENDIO:  
ACTIVIDAD ECONÓMICA: SERVICIO DE LAVADO DE PRENDAS DE VESTIR EN JEAN  
SERVICIO DE TENIDO DE PRENDAS DE VESTIR EN JEAN  
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:  
Provincia: TUNGURAHUA Cantón: SAN PEDRO DE PEJILEO Parroquia: PEJILEO Barrio: EL TAMBO Calle: VIA A QLMEDO Número: SIN Referencia: A CUATRO  
CUADRAS DE LA PLAZA DE HERBA Teléfono Trabajo: 032831722 Celular: 0997475300 Email: cisnecolor@hotmail.com



Código: RIMRUC2016000841482  
Fecha: 06/08/2016 09:15:18 AM



20160806091518  
841482

## ANEXO 2. CARTA DE ACEPTACIÓN



---

Pelileo, 1 de Noviembre del 2016

**CARTA DE ACEPTACIÓN**

De mi consideración:

Yo, Carlos Eduardo Pallasco Zúñiga, con CI: 1701595841, Gerente General de la compañía CISNECOLOR CÍA. LTDA. a través de la presente me permito en **ACEPTAR** se realice el análisis de caso previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA en nuestra institución a la Sta. BLANCA ARACELY SILVA LLERENA con C.I. 1804477303, para lo cual se le faculta hacer uso de la misma para los fines pertinentes.

Agradeciendo a usted por su amable atención, me suscribo.

Atentamente,



---

**CARLOS EDUARDO PALLASCO ZÚÑIGA**  
**GERENTE GENERAL**

---

Dirección: Pelileo, Barrio Tambo el Progreso – Vía a Olmedo  
Teléf: 032831722