



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

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

**Tema:**

---

**“Los costos de producción y la fijación de precios de la empresa Indu Jeans”**

---

**Autora:** Moyolema Manotoa, Betty Paulina

**Tutor:** Dr. Salazar Mejía, César Augusto

**Ambato-Ecuador**

**2016**

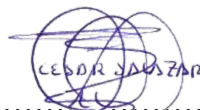
## APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, César Augusto Salazar Mejía con cédula de ciudadanía N° 1802592293, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación sobre el tema **“LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE LA EMPRESA INDU JEANS”**, desarrollado por Betty Paulina Moyolema Manotoa, 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, autorizó la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Abril de 2016

EL TUTOR



.....  
Dr. César Augusto Salazar Mejía

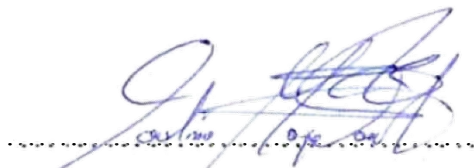
1802592293

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Betty Paulina Moyolema Manotoa, con cédula de ciudadanía No. 180465035-4, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el trabajo investigativo, bajo el tema: **“LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE LA EMPRESA INDU JEANS”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Abril del 2016

AUTORA

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Betty Paulina Moyolema Manotoa', is written over a horizontal dashed line. The signature is stylized and cursive.

Betty Paulina Moyolema Manotoa

C.I. 1804650354

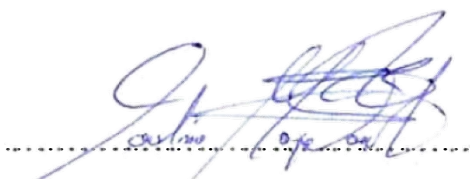
## CESIÓN DE DERECHOS

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

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

Ambato, Abril del 2016

AUTORA

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Betty Paulina Moyolema Manotoa', is written over a horizontal dashed line.

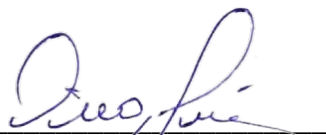
Betty Paulina Moyolema Manotoa

C.I. 1804650354

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación, sobre el tema: “**LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE LA EMPRESA INDU JEANS**”, elaborado por Betty Paulina Moyolema Manotoa, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Abril del 2016



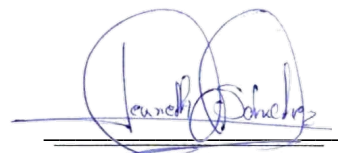
Eco .Mg. Diego Proaño

**PRESIDENTE**



Dr. Carlos Barreno

**MIEMBRO CALIFICADOR**



Ing. Bertha Sánchez

**MIEMBRO CALIFICADOR**

## **DEDICATORIA**

Dedico el siguiente proyecto de investigación a mi Dios, padre celestial que siempre bendice mi vida y me ha entregado la sabiduría, inteligencia necesaria para culminar esta nueva etapa de mi vida, a pesar de las adversidades presentadas.

A mi padre Luis que se convirtió en mi ejemplo de perseverancia, acompañándome siempre con sus consejos y cariño, a pesar de las dificultades siempre está dispuesto a apoyarme a cumplir mis sueños.

**Paulina Moyolema**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco infinitamente a Dios por permitirme cumplir mis metas en la vida universitaria y guiarme por el camino del éxito.

A mi madre y hermanas, por el apoyo económico y moral que a diario me imparten sin retención alguna.

A mis profesores quienes han tenido la delicadeza de enseñarme a diario sus conocimientos, y en particular a mi tutor el Dr. César Salazar quien me guio en el transcurso del desarrollo de proyecto de investigación.

A la empresa INDU JEANS, por facilitarme la información necesaria para realizar el proyecto de investigación.

**Paulina Moyolema**

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

**TEMA:** “LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE LA EMPRESA INDU JEANS”.

**AUTORA:** Betty Paulina Moyolema Manotoa

**TUTOR:** Dr. César Augusto Salazar Mejía

**FECHA:** Abril del 2016

**RESUMEN EJECUTIVO**

El desarrollo del presente trabajo de investigación se lo ejecutó en la empresa INDU JEANS, la misma que tiene como actividad principal la fabricación de pantalones jeans.

Para iniciar con el proyecto de investigación se analizó la situación real de la empresa enfocada en la producción, para encontrar todas las falencias presentes en el proceso de producción, así como también el tratamiento de los costos de producción.

En INDU JEANS los costos de producción son manejados empíricamente, encontrándose como la principal problemática al cual está dirigido el presente proyecto, así como también el escaso registro de los materiales e insumos utilizados y control de todas las actividades realizadas dentro del proceso de fabricación.

La propuesta más adecuada para mejorar el manejo de los costos es la implementación de un sistema de costos por órdenes de producción, permitiendo a



la empresa utilizar metodologías de costos que le abren la oportunidad para que la empresa, obtenga información real, oportuna y veraz.

El objetivo para el cual se desarrolla la investigación es determinar un costo real de producción para tomarlo como base para la fijación de precios de los productos, siendo el costo uno de los factores que intervienen a la fijación del precio.

**PALABRAS DESCRIPTORAS:** COSTOS DE PRODUCCIÓN, FIJACIÓN DE PRECIOS, PROCESO DE PRODUCCIÓN, PRODUCTIVIDAD, CONTROL DE PROCESOS.

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

**TOPIC:** “COSTS OF PRODUCTION AND PRICING OF THE COMPANY  
INDU JEANS”

**AUTHOR:** Betty Paulina Moyolema Manotoa

**TUTOR:** Dr. César Augusto Salazar Mejía

**DATE:** April del 2016

**ABSTRACT**

The development of this research work was executed in the company INDU JEANS, located in the city of Pelileo, Barrio el Tambo, the same as its principal activity is the manufacture of jeans.

To start with the research project the actual situation of the company focused on production was analyzed to find all the flaws present in the production process as well as the management of production costs.

In INDU JEANS production costs are empirically driven, being as the main problem which is addressed by this project as well as the low register of materials and supplies used and control of all activities within the manufacturing process.

The most appropriate approach to improving the management of costs is the implementation of a cost system for production orders, allowing the company to use cost methodologies that will open the opportunity for the company, get real, timely and accurate information.

The purpose for which research is conducted is to determine an actual cost of production to take it as a basis for pricing of products, the cost being one of the

factors that helps pricing to have a clearer picture before to intervene and deliver products to market.

All information collected in the project was obtained from interviews and fieldwork in INDU JEANS, and the theory and methodology used was taken from books, theses, virtual magazines.

**KEYWORDS:** PRODUCTION COSTS, PRICE FIXING, PRODUCTION PROCESS, PRODUCTIVITY, PRODUCTION CONTROL

## ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
<b>PÁGINAS PRELIMINARES</b>	
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 .....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xv
INTRODUCCIÓN .....	1
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>2</b>
<b>EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>2</b>
1.1 Descripción y Formulación del Problema .....	2
1.2 Planteamiento del Problema .....	2
1.2.2 Análisis Crítico.....	5
1.2.4 Prognosis .....	6
1.2.5 Formulación del Problema .....	7
1.2.6 Preguntas Directrices .....	7
1.3 Justificación .....	8
1.4 Objetivos.....	9
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>10</b>
<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>10</b>
2.1 Antecedentes Investigativos .....	10
2.2 Fundamentación Filosófica.....	13
2.3 Fundamentación Legal.....	15
2.4 Categorías Fundamentales .....	17

2.5	Hipótesis .....	44
2.6	Señalamiento de Variables.....	44
<b>CAPÍTULO III .....</b>		<b>45</b>
<b>METODOLOGÍA.....</b>		<b>45</b>
3.1	Enfoque de la Investigación.....	45
3.2	Modalidades Básicas de Investigación .....	45
3.3	Niveles de Investigación .....	47
3.4	Población .....	48
3.5	Operacionalización de las Variables.....	50
3.6	Plan de Recolección de la Información .....	53
3.7	Procesamiento de la Información .....	54
<b>CAPÍTULO IV .....</b>		<b>56</b>
<b>RESULTADOS .....</b>		<b>56</b>
4.1	Análisis e Interpretación de Resultados.....	56
4.2	Verificación de la Hipótesis.....	85
4.3	Principales Resultados .....	89
4.4	Limitaciones de Estudio.....	90
4.5	Conclusiones.....	90
4.6	Recomendaciones .....	91
4.7	Metodología .....	93
<b>ANEXOS .....</b>		<b>98</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>		<b>107</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1. Población de la Investigación.....	49
TABLA N° 2. Control Proceso de Producción de los jeans .....	62
TABLA N° 3. Determinación costos de producción .....	63
TABLA N° 4. Tipo de Materia Prima.....	64
TABLA N° 5. Cantidad de Materia Prima.....	65
TABLA N° 6. Desperdicios de materia prima .....	66
TABLA N° 7. Mano de Obra (Método Maquila) .....	67
TABLA N° 8. Costo Mano de Obra (Método Maquila) .....	68
TABLA N° 9. Base Asignación Costos Indirectos de Fabricación .....	69
TABLA N° 10. Tipo de Costos Indirectos de Fabricación .....	70
TABLA N° 11. Precio de la competencia.....	71
TABLA N° 12. Política de ventas.....	72
TABLA N° 13. Fijación del precio de venta.....	73
TABLA N° 14. Utilidad de las ventas .....	74
TABLA N° 15. Control Proceso de Producción de los jeans .....	75
TABLA N° 16. Determinación costos de producción .....	76
TABLA N° 17. Tipo de Materia Prima.....	77
TABLA N° 18. Cantidad de Materia Prima.....	78
TABLA N° 19. Desperdicios de materia prima .....	79
TABLA N° 20. Mano de Obra (Método Maquila) .....	80
TABLA N° 21. Costo Mano de Obra (Método Maquila) .....	81
TABLA N° 22. Tipo de Costos Indirectos de Fabricación .....	82
TABLA N° 23. Precio de la competencia.....	83
TABLA N° 24. Fijación del precio de venta.....	84
TABLA N° 25. Determinación de los costos de producción.....	86
TABLA N° 26. Fijación del precio de venta.....	86
TABLA N° 27. Frecuencias Observadas .....	86
TABLA N° 28. Frecuencias Esperadas.....	87
TABLA N° 29. Cálculo para Chi Cuadrado .....	87
TABLA N° 30. Verificación de Chi Cuadrado.....	89

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N°. 1	Árbol de Problemas.....	6
GRÁFICO N°. 2	Categorías Fundamentales .....	17
GRÁFICO N°. 3	Subordinación Variable Independiente.....	18
GRÁFICO N°. 4	Subordinación Variable Dependiente .....	19
GRÁFICO N°. 5	Resumen del Costo Total .....	22
GRÁFICO N°. 6	Esquema de los elementos de un producto .....	24
GRÁFICO N°. 7	Diagrama del Precio de Venta.....	37
GRÁFICO N°. 8	Precio de Venta .....	39
GRÁFICO N°. 9	Fórmula Precio de Venta.....	41
GRÁFICO N°. 10	Operacionalización Variable Independiente .....	50
GRÁFICO N°. 11	Operacionalización Variable Dependiente.....	52
GRÁFICO N°. 12	Recolección de la Información .....	53
GRÁFICO N°. 13	Control Proceso de Producción de los jeans .....	62
GRÁFICO N°. 14	Determinación costos de producción .....	63
GRÁFICO N°. 15	Materia Prima.....	64
GRÁFICO N°. 16	Cantidad de Materia Prima .....	65
GRÁFICO N°. 17	Desperdicios de materia prima.....	66
GRÁFICO N°. 18	Mano de Obra (Método Maquila) .....	67
GRÁFICO N°. 19	Costo Mano de Obra (Método Maquila).....	68
GRÁFICO N°. 20	Base Asignación Costos Indirectos de Fabricación .....	69
GRÁFICO N°. 21	Tipo de Costos Indirectos de Fabricación.....	70
GRÁFICO N°. 22	Precio de la competencia.....	71
GRÁFICO N°. 23	Política de ventas .....	72
GRÁFICO N°. 24	Fijación del precio de venta .....	73
GRÁFICO N°. 25	Utilidad de las ventas .....	74
GRÁFICO N°. 26	Control Proceso de Producción de los jeans .....	75
GRÁFICO N°. 27	Determinación costos de producción .....	76
GRÁFICO N°. 28	Materia Prima.....	77
GRÁFICO N°. 29	Cantidad de Materia Prima .....	78
GRÁFICO N°. 30	Desperdicios de materia prima.....	79
GRÁFICO N°. 31	Mano de Obra (Método Maquila) .....	80
GRÁFICO N°. 32	Costo Mano de Obra (Método Maquila).....	81
GRÁFICO N°. 33	Tipo de Costos Indirectos de Fabricación.....	82
GRÁFICO N°. 34	Precio de la competencia.....	83
GRÁFICO N°. 35	Fijación del precio de venta .....	84
GRÁFICO N°. 36	Verificación hipótesis .....	89

## INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación realizado en la empresa INDU JEANS se sustenta en la información primaria y secundaria recogida durante el desarrollo del mismo, con el propósito de abarcar el mayor conocimiento para resolver las problemáticas encontradas y presentar una alternativa de solución.

Toda la información recopilada en el proyecto, se obtuvo de entrevistas, y trabajo de campo realizado en INDU JEANS, y la teoría y metodología utilizada fue tomada de libros, tesis, revistas virtuales.

El contenido de la investigación está compuesta de cuatro capítulos, dentro de cada uno se muestra detalladamente el tratamiento que se ha dado a la información, de igual forma permite tener de forma ordenada las ideas desde el principio hasta el final de la investigación.

**Capítulo I**, está integrado por la descripción y formulación del problema, justificación y objetivo tanto general y específicos.

**Capítulo II**, contiene el marco teórico, en donde se detalla los antecedentes investigativos, fundamentación filosófica, legal, de igual manera las categorías fundamentales y la hipótesis.

**Capítulo III**, corresponde a la metodología con la cual se va a trabajar, la población con la cual se ejecuta el estudio, operacionalización de las variables independientes dependientes, igualmente el plan de recolección de la información y para finalizar el procesamiento y análisis de la información.

**Capítulo IV**, contiene los resultados así como su análisis e interpretación, comprobación de la hipótesis, detalle de los principales resultados, limitaciones encontradas en el estudio, las conclusiones y recomendaciones y un modelo operativo con lineamientos para cumplir con lo recomendado.



# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1 Descripción y Formulación del Problema**

#### **1.1.1 Tema de Investigación**

Los costos de producción y la fijación de precios en la empresa INDU JEANS.

### **1.2 Planteamiento del Problema**

#### **1.2.1 Contextualización**

##### **Macro Contextualización**

Tungurahua se caracteriza por ser una de las provincias más pequeñas del país que está generando un continuo porcentaje de ingresos y mejorando nuestra economía, a diario las empresas van evolucionando, abriendo campo para poder generar puestos de empleo y de esa manera ayudar también a disminuir la pobreza de la región. Sin embargo la mayor parte de la población tungurahuesa es emprendedora y están direccionadas a múltiples actividades productivas entre ellas a la industria del jeans. (Pro Ecuador, 2012).

De acuerdo a varios informes realizados en el país, una de las provincias donde se asientan gran variedad de producción textil y manufacturera es en Tungurahua, en vista de que en los últimos tiempos ha existido un crecimiento en este sector, es importante conocer cómo se ejecuta el proceso de producción y los costos que incurren en la elaboración de los jeans. (Revista La Hora, 2013).

La realidad de pertenecer al mercado de los jeans representa exigencias en cuanto a producción, precios, calidad y variedad en los productos, es por tal motivo que los empresarios están enfocados en mejorar constantemente su productividad y competitividad, utilizando algunas herramientas contables y administrativas para mejorar el desarrollo productivo del sector manufacturero textil.

La búsqueda de optimizar el uso de los recursos y disminuir los costos es un reto diario en las empresas fabricantes de pantalones jeans, proponiendo dejar en el pasado la producción basada en funciones empíricas, abriendo campo para la generación de nuevas estrategias que contribuyan a los empresarios a mejorar el manejo de sus costos y mantener en funcionamiento sus negocios, mejorando la economía del sector y del país.

### **Meso Contextualización**

En la ciudad de Pelileo conocida como ciudad azul, es donde existe la mayor concentración de empresas dedicadas a la industria del jeans, este emprendimiento tuvo origen en el año de 1242, y desde entonces se puede observar que existe una gran mayoría de pymes dedicadas a la confección de este tipo de prendas de vestir. (Revista El Universo, 2011).

El 30 % de la población de Pelileo está orientada a esta línea productiva, desde hace 10 años atrás hasta la actualidad la producción ha ido reduciendo, y pese a la economía inestable del país en los últimos años se han mantenido en el mercado, confeccionando gran cantidad de prendas de jeans al mes. (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011).

La ubicación de las empresas textiles es en el barrio el Tambo, la mayoría son micros y pequeñas, que están dirigidas por sus propietarios que cumplen también la función de gerentes, las cuales son administradas en base a su experiencia. A esto se añade también la habilidad para plantear estrategias hacia las actividades de producción, el manejo de los procesos de producción, la identificación de los elementos del costo, y la fijación de los precios de venta.

Cada empresa tiene su manera de organizarse y de producir los jeans, por tanto cada una se maneja en base al capital invertido, unos con baja inversión optan por realizar todas sus actividades de manera empírica basados en la experiencia.

## **Micro Contextualización**

INDU JEANS es una empresa situada en la ciudad de Pelileo, barrió el Tambo cuenta con 12 años de experiencia en la producción y comercialización de jeans, esta direccionada por el Sr. Jorge Pico quien cumple el rol de gerente-propietario, que además a orientado a su empresa hasta la actualidad en base a la experiencia adquirida desde su juventud.

Uno de los problemas que aborda actualmente la empresa es el complejo manejo, determinación y control de los costos de producción, provocado por el manejo empírico del costo de producción, así como la negligencia para estructurar un proceso de producción que incluya a los tres elementos del costo. Al igual que la inexistencia de documentos necesarios con registros respectivos de todos los materiales e insumos utilizados dentro de cada área en el proceso de producción.

El gerente – propietario cuenta con el apoyo del jefe de producción el cual tiene dificultad al administrar las actividades productivas, las mismas que no son muy óptimas por el débil control que ejecuta en el proceso de producción, induciendo para que disminuya la productividad de la empresa. Por lo mencionado anteriormente las actividades del proceso de producción son ineficientes y los recursos utilizados tienden a ser desperdiciados.

Otra de las variables afectadas son los precios de venta especialmente porque se encuentran fijados en el marco de una determinación errónea de costos. Por otra parte también pueden existir limitaciones ocasionadas por el mercado en vista de que el cliente es quien establece la última decisión al pagar por su producto, motivo para que hayan establecido políticas para mantener las relaciones comerciales así como estrategias que le permita a la empresa incrementar su competitividad.

Aunque los ingresos que actualmente genera son producidos por las ventas de los pantalones jeans, ha existido últimamente una disminución en ventas provocado

por la economía inestable del país, y en cierto grado también por la demanda de productos importados.

### **1.2.2 Análisis Crítico**

INDU JEANS durante el proceso de producción de los pantalones jeans ha presenciado un sin número de falencias, sin embargo es importante analizar cuáles son aquellas que realmente están perjudicando significativamente y no permiten su crecimiento económico y empresarial.

Se considera que el mayor problema se encuentra en la incorrecta determinación de los costos de producción, en efecto es producido por los cálculos empíricos que ejecuta al momento de determinar el costo total, tomando en consideración que puede influye también el no contar con un sistema de costos y personal capacitado en el área de costos.

Las políticas de control y los registros de materiales e insumos son poco comunes en la empresa, por lo que las actividades son realizadas de manera irresponsable por el personal, aunque cuentan con un jefe de producción que es el encargado de dirigir y supervisar la producción para que puedan ser bien ejecutadas es evidente que existe desperdicios.

Dentro de este mismo contexto y como parte del proceso de producción y comercialización de los jeans, una de las determinantes para la fijación del precio de venta es el costo, el cual presenta un valor erróneo al momento de considerar el costo total incurridos en la producción.

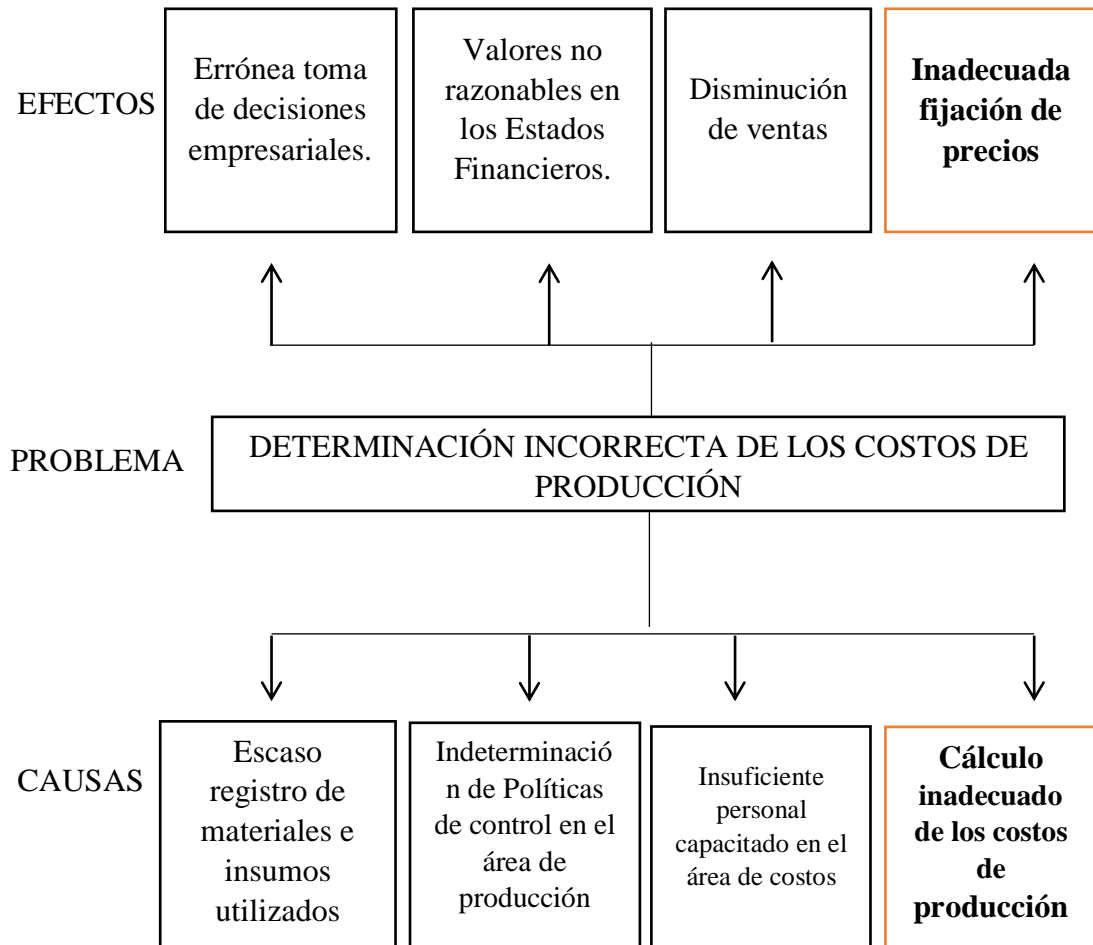
Problemáticas que desfogon negativamente en las utilidades de la empresa, por causa de que las ganancias no presenta la realidad y hasta pueden ir decreciendo continuamente, esto conlleva a que el propietario tome decisiones erróneas que perjudiquen la permanencia en el mercado de INDU JEANS.

Con respecto a los estados financieros, los valores con los que se han estado presentado no son razonables porque es evidente que la información que se

obtuvo para la elaboración de los mismos contiene cálculos erróneos, que no resaltan la realidad de la empresa.

### 1.2.3 Árbol de Problemas

GRÁFICO N°. 1 Árbol de Problemas



Fuente: Indu Jeans

Elaborado por: Paulina Moyolema

### 1.2.4 Prognosis

En caso de que INDU JEANS continuará acarreado las falencias que ostenta hasta el día de hoy se enfrentaría a innumerables situaciones negativas en pro al desarrollo productivo - económico y también vinculará al propietario a tomar decisiones desfavorables para la empresa.

El área que tiene el epicentro de la problemática es la de producción, porque es donde ocurren mayores errores, y en el caso de que no se dé importancia para analizar y aplicar medidas para solucionarlos se produciría pérdidas en la producción y en la inversión de la empresa.

En el caso de que se lograra solucionar las falencias anteriormente señaladas podría obtener mayores ingresos, mejores utilidades y una mayor productividad en la empresa, además de entregar un producto que satisfaga al cliente y que permita entrar al mercado de manera competitiva en términos de precio y calidad.

### **1.2.5 Formulación del Problema**

¿Cómo los costos de producción influyen en la fijación de precios en la empresa INDU JEANS?

#### **1.2.5.1 Variable Independiente**

Los costos de producción

#### **1.2.5.2 Variable Dependiente**

Fijación de precios

### **1.2.6 Preguntas Directrices**

¿Cómo se determinarán correctamente los costos de producción en la empresa INDU JEANS?

¿De qué manera se fijarán los precios de venta en la empresa INDU JEANS?

¿Qué se plantearía como solución a la problemática en estudio?

Delimitación del Problema

Campo: Contabilidad

Área: Contabilidad de Costos

Aspecto: Determinación de Costo

Espacial: El presente trabajo de investigación se realizará en la empresa INDU JEANS, ubicada en la Provincia de Tungurahua, ciudad de Pelileo barrio El Tambo, Calle Guantugsumo perteneciente al Sr. Jorge Washington Pico Morales.

### **1.3 Justificación**

El desarrollo del presente trabajo de investigación está orientado principalmente a la determinación de los costos de producción y su influencia en la fijación de precios de la empresa INDU JEANS en la provincia de Tungurahua, y dicho estudio planteará alguna alternativa para mejorar su rendimiento productivo en base a los costos.

La investigación es factible porque permitirá analizar todo el proceso desde la producción hasta la venta, para que de tal manera se pueda encontrar soluciones al problema enfocados en la mejora de la productividad, mediante la utilización de estrategias de reducción de costos y eficiencia en la utilización de recursos.

Para la empresa INDU Jeans es fundamental e importante estructurar un sistema de costos adecuado para fabricar los jeans, lo cual permitirá identificar y designar los costos que corresponden a cada unidad producida, de esa manera se podrá proporcionar un precio más real al que está establecido actualmente, con el propósito de evitar pérdidas económicas para la empresa.

El impacto que tendrá la presente investigación estará reflejado en la fijación de precios en base al costo de producción, lo que influirá en el incremento de las utilidades de la empresa.

Por tal razón se deduce que esta investigación es beneficiosa y viable, en este caso también por la estructura de la problemática a estudiar y por la colaboración

y apertura que existirá por parte de la empresa para la utilización de la información.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo General**

Estudiar la incidencia entre los costos de producción y la fijación de precios, con el propósito de incrementar la rentabilidad de la empresa INDU Jeans.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Evaluar los puntos críticos en el proceso de producción en la empresa INDU JEANS, para la detección de errores que afecte a la determinación del costo de producción.
- Establecer de qué forma se fijan los precios de venta en INDU JEANS, en base a los costos de producción y considerando factores como políticas a clientes y la competencia, para conocer si el precio fijado es el adecuado.
- Proponer un modelo de implementación del sistema de costos por órdenes de producción para la asignación de los costos de producción en INDU JEANS y que la fijación de precios sean en base al costo.



## CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes Investigativos

En la empresa INDU JEANS ubicada en la ciudad de Pelileo barrio El Tambo no se ha realizado una investigación similar a la propuesta, por tal razón permite efectuar dicho estudio investigativo con un enfoque de originalidad, además que los resultados obtenidos ayudarán a asegurar un mejor bienestar para la empresa.

De la misma manera se realizó una revisión en los archivos de tesis que archiva la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato y se constató que existen investigaciones enfocadas en alguna de las variables a estudiar, dicho esto por ser un problema importante en varias empresas.

De acuerdo a Chacha (2011) en su tesis “La Determinación de los Costos de Producción y su incidencia en los resultados económicos de Produave CIA. LTDA de la ciudad de Riobamba”. Como objetivo de su investigación plantea, “Analizar como incide la determinación de los Costos de Producción en los resultados económicos de PRODUAVE CIA LTDA, para determinar el costo real de producción de la libra de pollo en pie”.

Obteniendo las siguientes conclusiones más importantes:

*La determinación empírica de los costos de producción de “PRODUAVE” CIA LTDA, afecta de manera directa a los resultados económicos de la empresa, en vista de que la empresa carece de un sistema formal de acumulación de costos que le permita a ésta, contar oportunamente con la información necesaria para proceso de toma de decisiones gerenciales.*

*No existe un sistema de control de los elementos del costo, como es el caso de la Materia prima directa, especialmente del*

*balanceado que tiene el costo más representativo dentro del costo de producción, mano de obra directa y costos generales de fabricación, que le permita a la empresa distribuir y asignar dichos costos a los lotes de producción de cada granja.*

*A nivel del proceso productivo no existe un control de la recepción de los pollitos bb, de la mortalidad de los pollos durante el proceso y del consumo del 109 balanceado de cada lote de pollos, donde ocasiona pérdidas considerables a cada lote de pollos, y por ende afectando a los costos de producción de cada lote.*

Las conclusiones anteriormente establecidas expresan que ante la inexistencia de un sistema de costos de producción no se pudo controlar la distribución de los elementos del costo, lo que no le permitía distribuir y asignar correctamente los costos a cada lote de producción.

De acuerdo a Mera (2013) , en su tesis titulada como “Los Costos y su influencia de la fijación de precios de las comidas y bebidas del restaurante de la hostería Bascú en el año 2011” plantea como objetivo principal de su investigación, “Analizar la inexistencia del sistema de costos y su influencia en la fijación de precios de las comidas y bebidas en el restaurante de la Hostería Bascú”.

Donde plantea como conclusiones principales a las siguientes:

*No posee un sistema de costos específico para el área de restaurante, lo cual dificulta una fijación de precios acorde a los costos incurridos y a la utilidad deseada por sus administradores, tanto en las comidas como en las bebidas ofrecidas en su menú.*

*Utiliza como técnica para fijar precios de las comidas y bebidas de su restaurante, el basarse en el mercado; cerca del 80% de*

*hoteles que poseen restaurantes en la ciudad de Baños de Agua Santa no tiene un sistema de costos como base para un precio, además un 43,85% concuerda exactamente en estos precios; razón por la cual se han manejado concepciones erróneas y sin base para una adecuada toma de decisiones.*

*Posee gran cantidad de información en lo concerniente a los costos totales de Materia Prima y Mano de Obra utilizada durante un periodo para la fabricación de sus comidas y bebidas, al igual que los encuestados; lo que no representa que se obtenga costos de cada uno de estos productos ofrecidos, se debe seleccionar un sistema de costos con procedimientos correctos para la asignación de estos costos total hacia cada comida y bebida preparada.*

*La determinación de los costos indirectos en este tipo de actividad conlleva un profundo análisis, el tomar en cuenta cada uno de este costo al igual que su valoración y asignación representan la mayor dificultad al momento de seleccionar un costo individual para cada producto ofrecido. (p. 16)*

Para Mera la inexistencia de un sistema de costos afectó directamente a la fijación de precios, porque según explicó los administradores no pueden establecer un costo real, y encontró que existe mayor dificultad al valorar y asignar los costos indirectos de fabricación al costo total.

También en un artículo científico realizado y publicado en una revista virtual por Cuevas (2002), en su estudio titulado como “Fijación de Precios Costo Plus (Costo más margen) y Target Costing (Costeo Objetivo)” en el resumen explica que, “Los tres factores básicos a considerar en la fijación de precios de productos o servicios son los clientes, la competencia y los costos”.

Como se señaló en el estudio de Cuevas para fijar un precio de venta de un producto es importante evaluar la relación que existe entre los clientes, competencia y los costos, de manera que se pueda conocer como están enlazados el uno del otro en la fijación de precios, y cómo influyen cada uno de ellos en el precio de venta del producto.

## **2.2 Fundamentación Filosófica**

El paradigma con el que se va a estudiar la presente investigación es el crítico propositivo, es crítico por que cuestiona de manera global la contextualización del problema, y es propositivo porque ante la problemática planteada se presentará una alternativa de solución. Por lo que se fundamenta en los siguientes elementos:

Epistemológico.- Según Kats (2011) “Se la considera una disciplina que se ocupa de estudiar los métodos que se emplean para alcanzar el conocimiento científico y las formas de validar dicho conocimiento. Por ser una ciencia que se ocupa del estudio de la forma de hacer ciencia se la debe considerar una metaciencia”.

En una definición más concreta según Soto de V.C & Vilani.D (2011) definen que la “Epistemología es el modo de conocer la realidad y las condiciones bajo las cuales los hechos y los objetos pueden convertirse en conocimiento”.

La investigación se basará en los corrientes teóricos de la Contabilidad y Auditoría como campo de estudio considerando las siguientes categorías: Variable Independiente; Costos de Producción, Contabilidad de Costos, Contabilidad General y Variable Dependiente; Fijación de Precios, Ingresos, Estado de Resultados.

Ontológico.- Soto de V.C & Vilani.D (2011) “Diversas definiciones nos permitieron deducir que la ontología es una rama de la filosofía que se ocupa de la naturaleza y organización de la realidad, de lo que existe, del ser; estudia al ser en general en cuanto a lo que es y cómo, por qué existe y se mueve.”

Según Pasek de Pinto & Matos de Rojas (2006) definen al método ontológico como el “Modo ver y concebir la realidad, al hombre, al objeto de investigación, la sociedad, la relación hombre/sociedad y la concepción de cambio”.

Con el proyecto de investigación se pretende controlar la evolución de la variable independiente “Costos de Producción” y su relación con la variable dependiente “Fijación de Precios” para llegar a conseguir los objetivos propuestos en el proyecto.

Axiológico.- Según Pasek de Pinto & Matos de Rojas (2006), “El axiológico o la concepción sobre el papel de los valores. En este punto cabe destacar dos dimensiones: la primera, referida a los valores, intereses y actitudes del investigador en el proceso de la investigación; y, la segunda, los valores que privilegia cada paradigma como esencia inherente a él”.

Los valores que imprimirá el investigador son: honestidad, responsabilidad, transparencia. De la misma manera la empresa pondrá de manifiesto los siguientes valores: honestidad, responsabilidad, puntualidad.

Metodológico.- Según Pasek de Pinto & Matos de Rojas (2006)

*“El metodológico o procedimientos para abordar la realidad con la finalidad de lograr su conocimiento, diferenciar entre conocimiento científico y no científico. Todo método involucra los tres elementos paradigmáticos antes mencionados; es decir, en la metodología seleccionada siempre se reflejara nuestra antología, epistemología y axiología. La metodología puede ser racional y partir desde las teorías, o, empírica, partiendo desde la realidad”.* (p. 111)

Los métodos que se han empleado en el proyecto son inductivos, deductivos, analíticos, sintéticos. Las técnicas a aplicar son la entrevista y la encuesta y se utilizó los instrumentos como: Cuestionario y entrevista.

### 2.3 Fundamentación Legal

En la ejecución del trabajo de investigación se apoya en las leyes o normas legales que determinan las instituciones que regulan al desarrollo del país; por lo cual el trabajo investigativo propuesto se desarrollará tomando como base la normativa que se especifica a continuación.

#### Código Orgánico de la Producción

*Art. 1.- Ámbito.- Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.*

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

#### Código Tributario, Ley de Régimen Tributario Interno, Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno.

*Art. 25.- Contribuyente.- Contribuyente es la persona natural o jurídica a quien la ley impone la prestación tributaria por la verificación del hecho generador. Nunca perderá su condición de contribuyente quien, según la ley, deba soportar la carga tributaria, aunque realice su traslación a otras personas.*

#### Ley de Seguridad Social

*Art. 1.- Principios Rectores.- El Seguro General Obligatorio forma parte del sistema nacional de seguridad social y, como tal, su*

*organización y funcionamiento se fundamentan en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia.*

## Código de Trabajo

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

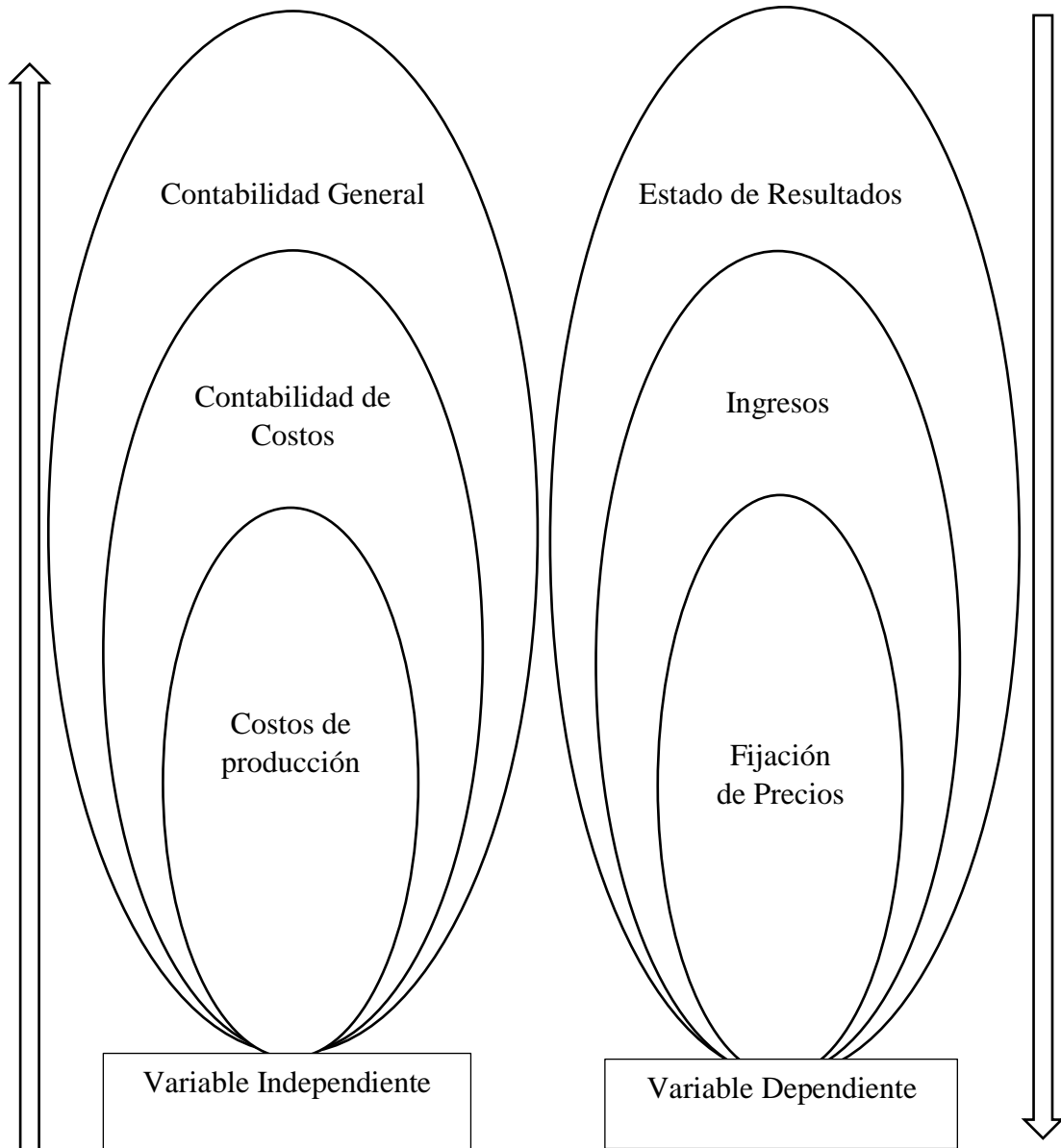
## Norma Internacional de Contabilidad (NIC 2)

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

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

## 2.4 Categorías Fundamentales

GRÁFICO N°. 2 Categorías Fundamentales

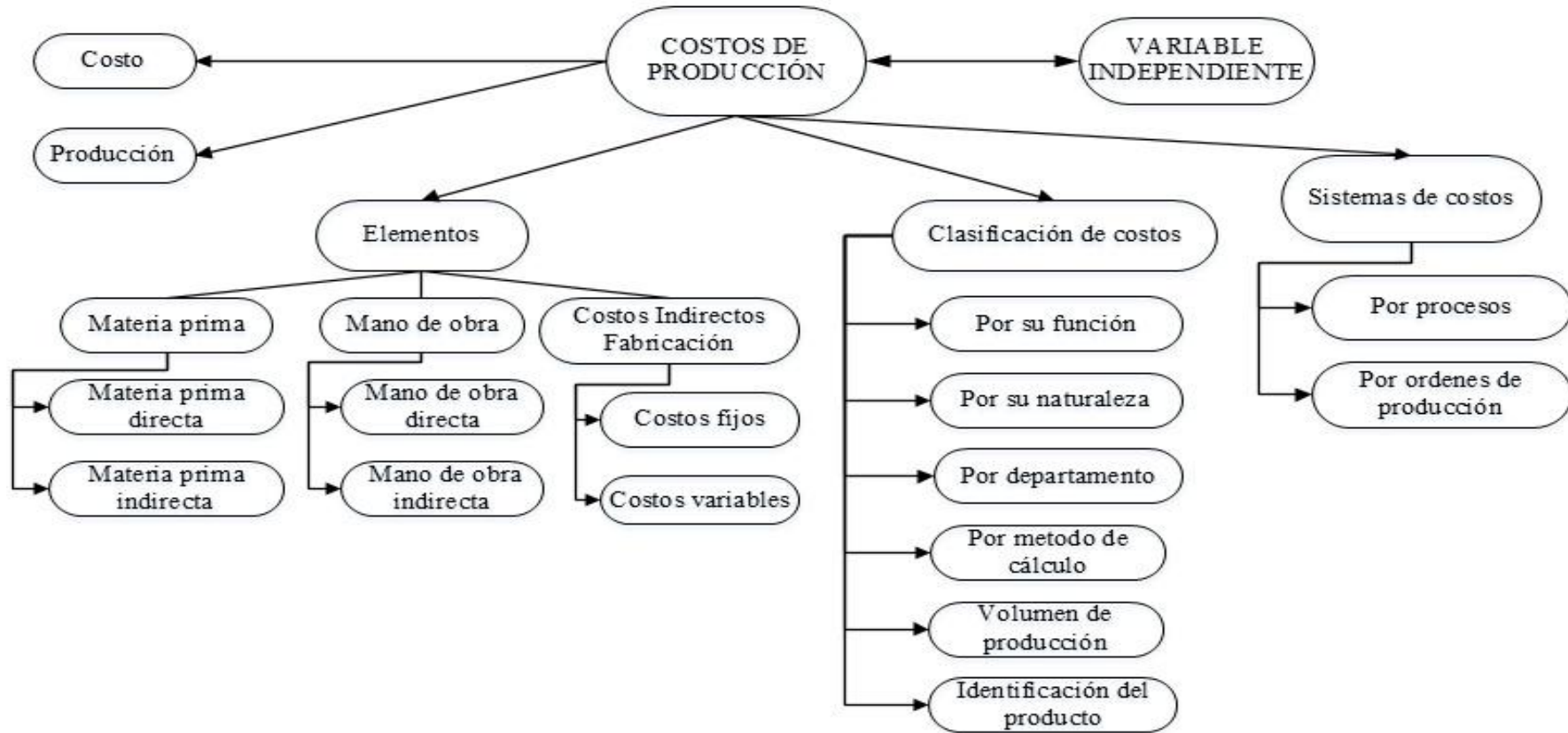


Elaborado por: Betty Paulina Moyolema



Subordinación Variable Independiente

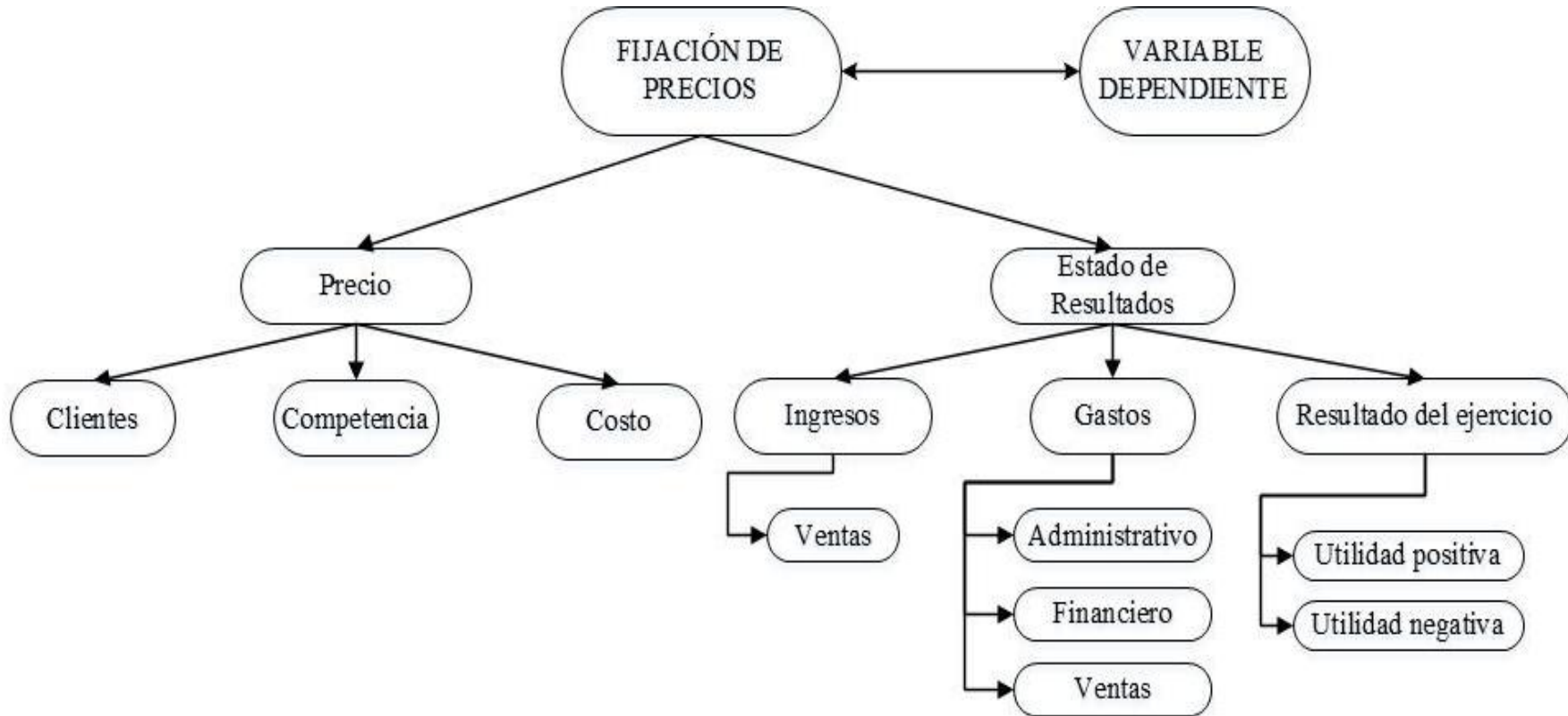
GRÁFICO N°. 3 Subordinación Variable Independiente



Elaborado por: Betty Paulina Moyolema

Subordinación Variable Dependiente

GRÁFICO N°. 4 Subordinación Variable Dependiente



Elaborado por: Betty Paulina Moyolema

## **2.4.1 Conceptualización de las Variables del Problema**

### **Variable Independiente: Costos de Producción**

#### **Contabilidad de Costos**

Una empresa dedicada a la fabricación de un producto o prestación de algún servicio establece un sistema de costos como algo fundamental dentro de su sistema contable, en la actualidad de acuerdo a las necesidades empresariales, la utilización de un sistema contable es una herramienta que ayuda a obtener resultados más objetivos al momento de establecer el costo total del producto y presentar información más confiable.

En el libro de Molina afirma que (1987) “La contabilidad de costos es la aplicación de los principios contables con el fin de determinar el valor total de la materia prima, mano de obra y otros insumos utilizados en la obtención de un producto terminado en la prestación de un servicio”.

Básicamente la contabilidad de costos es una rama de la contabilidad general que según, Anderson & Raiborn (1985) “Está constituido por conceptos de costos, métodos relacionados de acumulación de costos y técnicas analíticas que proporcionan información a la gerencia “Como complemento a lo anterior el propósito es que la información financiera obtenida les ayude a los administradores a tomar decisiones acertadas.

Otro autor define a la contabilidad de costos Vasconez (1996) “Un proceso ordenado que utiliza los principios generales de la contabilidad para registrar los costos de operación de un negocio y obtener como resultado el costo de fabricación de un producto y sus componentes como son los gastos administrativos, venta, financieros y de producción”.

Acotando a lo anterior la contabilidad de costos es aplicada en las grandes, medianas y en escasos lugares en las pequeñas empresas, y es que al utilizar se

establecería un sistema de costos apropiado que sería de utilidad para los administradores y además aportarían a los procesos productivos con miras a la industrialización dejando atrás los procesos realizados empíricamente.

## **Contabilidad**

Así también es importante aclarar conceptos acerca de la contabilidad:

Según Ruben (2008) “La Contabilidad es una ciencia de naturaleza económica, cuyo objetivo es el conocimiento pasado, presente y futuro de sus recursos en términos cuantitativos en todos sus niveles departamentales, mediante sistemas contables específicos, a fin de elaborar una información que cubra con las necesidades financieras externas y las de planificación y control internas”.

Según Vásquez (1996) “La contabilidad general, registra todas las transacciones relacionadas con las cuentas de activos, pasivos, patrimonio, ingresos y gastos, entregando como producto terminado los siguientes estados financieros: De situación, de origen y aplicación de recursos financieros, de ganancias retenidas y el de resultados”.

Estos criterios acerca de contabilidad permiten establecer que es una ciencia que se encarga de emitir informes de la situación económica de la empresa, luego de terminar un periodo, para aquello tendrá que registrar, todas las transacciones que están inmersas en el giro diario del negocio.

## **Objetivo de Contabilidad de Costos**

Según Sarmiento (2010) “Es conocer con la mayor exactitud posible, cual es el costo unitario efectivo del artículo(s) que se produce, a qué precio se está vendiendo en el mercado, si se está utilizando adecuadamente todos y cada uno de los recursos disponibles, que permitan cumplir con las expectativas de empresa”.

En el siguiente cuadro esta sintetizado como está estructurado el costo de producción:

GRÁFICO N°. 5 Resumen del Costo Total

Costo Primo			Costo Primo
Materiales Directos + Mano De Obra Directa =			
Gastos De Fabricación			+
Materiales Indirectos	Mano De Obra Indirecta	Otros Gastos Indirectos	Gastos De Fabricación
+	=		
Gastos Comerciales			Costo De Fabrica
Gastos De Administración	Gastos De Venta	Gastos Financieros	Gastos Comerciales
= Costo Total			Costo Total

Fuente: José Vicente Vasconez Pág. 35

Elaborado por: Betty Paulina Moyolema

## Costo

La función de la contabilidad de costos es definir y estudiar los costos que están inmersos en la producción de los jeans dentro del proceso de producción. Por eso el autor Vásconez afirma que, (1996)“El costo de un artículo elaborado en una empresa industrial es el resultado de sumar todos los gastos que realiza la fábrica de principio a fin en el proceso de fabricación”.

Los costos están inmersos dentro de la transformación de un producto y representan un valor dependiendo de todos los recursos que se utiliza, para Polimeni, Fabozzi, Adelberga, & Kole (1994):

*“El costo se define como el “valor” sacrificado para adquirir bienes o servicios, que se mide en dólares mediante la reducción de*

*activos o al incurrir en pasivos en el momento en que se obtiene los beneficios. En el momento de adquisición, el costo en que incurre es para lograr beneficios presentes o futuros. Cuando se utilizan estos beneficios los costos se convierten en gastos. Un gasto se define como un costo que ha producido un beneficio y que ha expirado”. Pg. (11)*

Por lo tanto según las afirmaciones anteriores definimos que es un rubro que representa un egreso en la empresa y es medido con un importe monetario pagado para adquirir o transformar bienes y servicios.

### **Producción**

El proceso de producción está definido como las actividades manufactures que se desarrollan en el área de producción para obtener los jeans terminados. De manera que el proceso de producción abarca varias actividades importantes según, Goxens (1969) afirma que, “El proceso de producción gira sobre tres puntos básicos: compra, transformación y venta”.

Con respecto al proceso de producción, y dentro de este contenido las actividades de producción que se desarrollan y los materiales que consuman dentro del departamento representan un costo el cual pretende ser recuperado al momento de ejecutarse su venta respectivamente.

Algunos empresarios definen al costo como una inversión, así mismo afirma según, Rincon S. & Villareal (2010) “Las inversiones que se destinan a la realización de un producto (este producto puede ser un bien o servicio), que se tiene para la venta en el giro ordinario del negocio de la empresa”.

También expresa Rincon (2011) “Una empresa es productiva cuando sus partes de Fábrica, Administración y Ventas funcionan articuladamente y producen utilidades”. En relación con lo anterior la utilidad deseada depende de la

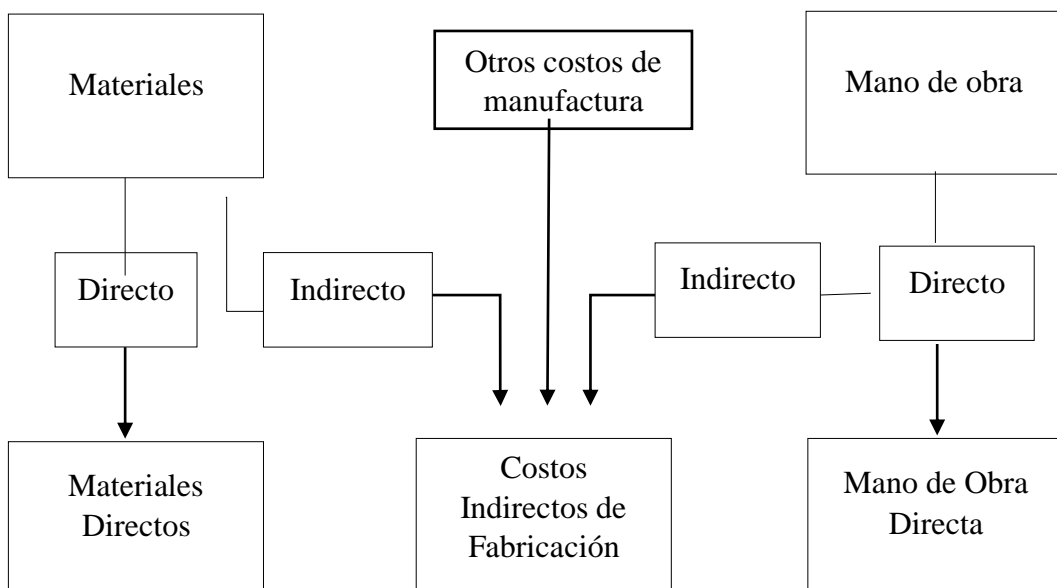
programación y ejecución de cada actividad productiva y de la aplicación de estrategias en los costos de producción dentro de la empresa.

Elementos del costo de producción

El costo de producción está compuesto por tres elementos como son los materiales, mano de obra y los costos indirectos de fabricación, los cuales en diferentes etapas de la producción son utilizados, para entregar un producto terminado y listo para la venta.

En el siguiente esquema de costos de producción se muestra a los elementos del costo.

GRÁFICO N°. 6 Esquema de los elementos de un producto



Fuente: Zapata Sánchez Pedro

Elaborado por: Betty Paulina Moyolema

### **Materia Prima**

Los materiales Según Polimeni, Fabozzi, Adelberga, & Kole (1994):

*Son los principales recursos que se usan en la producción; estos se transforman en bienes terminados con la adición de la mano de*

*obra directa y costos indirectos de fabricación. El costo de los materiales puede dividirse en materiales directos e indirectos, de la siguiente manera:*

*Materiales directos. Son todos los que pueden identificarse en la fabricación de un producto terminado, fácilmente se asocian con este y presentan el principal costo de materiales en la elaboración de un producto.*

*Materiales indirectos. Son aquellos involucrados en la elaboración de un producto, pero no son materiales directos. Estos se incluyen como parte de los costos indirectos de fabricación. (p. 12-13)*

Los materiales utilizados para la producción pueden ser directos e indirectos, según Rincon (2011):

*Se registran el valor de las materias primas o materiales utilizados en el proceso de fabricación de los que viene destinado para la venta.*

*Materia Prima directa: son las materias primas que guardan una relación directa con el producto, bien sea por la fácil asignación o lo relevante de su valor.*

*Materia prima indirecta: son las materias primas que no guardan relación directa con el producto o cuya asignación a cada unidad de producto es compleja. (p. 38-39)*

### **Mano de Obra**

La mano de obra es otro elemento de los costos de producción. Afirma Polimeni, Fabozzi, Adelberga, & Kole (1994) “Es el esfuerzo físico o mental empleados en la fabricación de un producto. Los costos de mano de obra pueden dividirse en mano de obra directa y mano de obra indirecta”.



La mano de obra es utilizada directamente e indirectamente en la fabricación de los productos, para Rincon (2011) :

*Mano de obra directa, Es aquella directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado que puede asociarse con este con facilidad y que representa un importante costo de mano de obra en la elaboración del producto.*

*Mano de obra indirecta, es aquella involucrada en la fabricación de un producto que no se considera mano de obra directa. La mano de obra indirecta se incluye como parte de los costos indirectos de fabricación.*

*Personal (también conocido como mano de obra): esfuerzo del trabajo humano que se aplica a la elaboración del producto”.*

*Personal directo: es la fuerza laboral que esta físicamente relacionada con el proceso de fabricación del producto.*

*Personal indirecto: es aquella que está ubicada en la fábrica pero no se puede asociar razonablemente al proceso productivo, porque no está físicamente relacionada con el proceso del producto.*

*Externalizados o contratos de servicios: son los servicios prestados por personas naturales o jurídicas a la empresa y que son necesarios para la fabricación del producto. Generalmente son conocidos como maquila y outsourcing”, es decir que estos servicios son necesarios para poder cumplir con la fabricación, en varias empresas se requiere de este servicio, pero también están divididos de la siguiente manera:*

*Externalizados directos. Son aquellos que hacen parte del proceso de transformación del producto. Estos son reconocidos como maquila.*

*Externalizados indirectos. Son aquellos que no se relacionan físicamente con el producto, comúnmente son llamados outsourcing. (p. 38-39)*

La mano de obra está conformada por todo el personal que trabaja internamente en la empresa y es uno de los recursos más importantes por el rol que cumplen en la fabricación de los productos. En varios casos las empresas recurren por falta de capacidad instalada a contratar la mano de obra externa, (maquilas), evitando las inversiones en maquinarias y gastos por contratación de obreros.

La producción por maquila es beneficiosa porque permite ahorrar costos en cuanto a mano de obra, aunque también tiene varias desventajas porque no existe mayor control en la calidad de la producción y también puede haber demoras en cuanto al límite de tiempo para la entrega de la producción. Afirma Rincon (2011):

*El termino maquila proviene del árabe makila (método de capacidad). Se entiende por maquila al servicio que prestan algunas empresas llamadas proveedoras a otras llamadas cliente, en la realización del proceso que para los clientes resulta poco atractivo hacerlo en el interior de sus instalaciones.*

*Una maquiladora es un tipo de empresa subcontratista, que produce o ensambla elementos para el proceso del producto de otra empresa (cliente).*

*La industria maquiladora es una actividad intensiva en mano de obra y por tanto su capacidad para generar empleo es alta y proporcionalmente superior a la asimilación de capital. Además respecto a la empresa manufacturera, la maquiladora tiende en términos relativos a efectuar un número de contrataciones.*

#### *Características*

- *Permite una mayor productividad*

- *La maquila o maquiladora es un eslabón en la cadena global de producción sinónimo del actual proceso de globalización.*  
(p.151)

### **Costos Indirectos de Fabricación**

Según Polimeni, Fabozzi, Adelberga, & Kole (1994) “Costos indirectos de fabricación se utiliza para acumular los materiales indirectos, la mano de obra indirecta y los demás costos indirectos de fabricación que no pueden identificarse directamente con los productos específicos”.

Los Costos Indirectos de Fabricación según: Rincon (2011) “Son todos los costos de fábrica que no se pueden asociar directamente con el producto o es complejo asociarlos con precisión. Los costos indirectos son asignados al producto por prorrateo a cada orden de fabricación”.

Los CIF como dicen los autores es complejo identificarlo y asignarlo al costo de total del producto, y tiene que buscar los métodos apropiados para asignarles correctamente. Según su comportamiento pueden clasificarse de la siguiente manera según Zapata (2007):

*Costos indirectos fijos.- Son aquellos que permanecen constantes por un periodo relativamente corto, generalmente el ciclo contable de la empresa y dentro de un rango relevante de actividad. Los costos fijos pueden cambiar de precio tarde o temprano debido a otros factores independientes al nivel de producción, pero no por eso dejan de ser fijos. Se catalogan fijos los siguientes:*

- a) Impuestos (diferentes al impuesto a la renta)*
- b) Seguros*
- c) Depreciaciones de activos fijos (línea recta)*
- d) Amortización de fábrica (en línea recta)*
- e) Sueldos y salarios indirectos, si responden a contratos a sueldo o salario fijo*

- f) *Arriendo de edificios, maquinarias y otros activos fijos*
  - g) *Mantenimiento de equipos y maquinaria, que se contarte a valor fijo.*
  - h) *Otros que pudieran tener esta condición.*
- Costos indirectos variables.- Son aquellos que varían en forma proporcional al volumen de producción. ....Los siguientes rubros generalmente son variables:*
- a) *Materiales indirectos*
  - b) *Seguros de producción en proceso*
  - c) *Combustibles y lubricantes*
  - d) *Energía y fuerza motriz*
  - e) *Depreciaciones (método unidades de producción)*
  - f) *Repuestos y accesorios*
  - g) *Amortizaciones de fábrica (método unidades de producción) (p. 142-144)*

El asignar los CIF al costo total de producción del producto, resulta un tanto complejo en vista que a diferencia de la materia prima directa y mano de obra directa, los costos indirectos de fabricación requieren de una base de asignación, para distribuir equitativamente al costo total.

### **Clasificación de los costos**

Los costos pueden clasificarse de diferentes maneras, pero cada una establece alguna técnica para determinar los costos del producto y estos pueden ser escogidos de acuerdo a las características de la producción que lleve en la empresa.

Por su naturaleza o actividad operacional

De acuerdo a las características de la producción de la empresa se puede seleccionar un sistema de costos que facilite obtener el costo total.

Según Sarmiento (2010) “Depende de las características de la producción que tenga la empresa industrial; y obviamente del criterio y conocimiento del profesional contable para optar por el Sistema de Costos que mejor se aplique para lo cual tenemos dos sistemas de costos bien definidos, que son: Por Ordenes de Producción y por Procesos”.

Por departamentos o secciones

Los Costos de Administración según Sarmiento (2010) “Conocidos como Gasto de Administración; son valores destinados al normal desarrollo de este departamento”. Afirma también Rojas (2007) “Son los que se originan en el área administrativa”.

Los Costos de Venta según Sarmiento (2010) son: “Conocidos como Gastos de Ventas; son valores destinados al normal desarrollo de este departamento”. Para Rojas (2007) “Son los que se incurren en el área que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el consumidor final”.

Por el método de cálculo

Según Sarmiento (2010) Costos Reales.- “Son los costos calculados a la terminación del proceso de producción, es decir los gastos que realmente se utilizaron en el proceso de transformación, en base a la elaboración de un presupuesto”.

Costos Estándar.- “Son los costos calculados que se realizan en base a datos técnicos y de una serie histórica, es decir de cuatro a cinco años anteriores”.

Costos Predeterminados.- Sarmiento (2010) “Son los costos calculados con anterioridad en forma estimada, es decir los gastos que posiblemente se efectuaran en el proceso de transformación”.

Por el volumen de producción

Según Sarmiento (2010) Costos Fijos.- “Son los costos constantes, inalterables; que no varían independientemente del volumen de producción; es decir que exista

o no producción”. En otra afirmación de Rojas (2007) afirma que: “Son aquellos que permanecen constantes dentro de un período determinado, sin importar si cambia el volumen de producción”.

Los costos variables según Sarmiento (2010) “Son los costos que cambian de acuerdo al volumen de producción; es decir que a mayor volumen de producción, mayor será el costo variable y viceversa; y si no hay producción no habrá estos costos”, Pero para Rojas (2007) “Son aquellos que cambian o fluctúan en relación directa a una actividad o volumen dado”.

En el caso de algunas empresas los costos pueden ser SemivARIABLES y define Sarmiento (2010) “Son los compuestos por una parte fija y otra variable, por ejemplo: energía eléctrica, teléfono”.

Por la identificación con el producto

Los Costos Directos según Sarmiento (2010) “Los que intervienen directamente en el proceso de producción y por tanto se puede fácilmente medir y cuantificar con precisión por unidad producida; se refiere a la Materia Prima Directa”. Para Rojas (2007) “Es el que se identifica plenamente con una actividad, departamento o producto”.

Costo Indirecto según Rojas (2007) “Es el que no se puede identificar con una actividad determinada. Ejemplo, el sueldo del supervisor”. Así también afirma Sarmiento (2010) “Los que intervienen indirectamente en el proceso de producción, pero benefician a la producción, que por su naturaleza no se puede medir ni cuantificar con precisión por unidad producida; o si se puede hacer, se requiere de un gasto considerable, lo que realmente no amerita; se refiere a la Materia Prima Indirecta, Mano de Obra Indirecta.

Según su Función

Los Costos de producción según Rojas (2007) “Son los que se generan durante el proceso de transformar la materia prima en un producto final”.

Materia Prima Directa según Rojas (2007) “Son todos los materiales que pueden identificarse cuantitativamente dentro del producto y cuyo importe es considerable”.

Mano de Obra Directa según Rojas (2007) “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 final”.

Costos Indirectos de Fabricación según Rojas (2007) “Denominados 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 material directo y mano de obra directa”.

### **Sistemas de Costos**

Según Jiménez y Espinoza (2007) “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”.

El sistema de costos es una herramienta para la contabilidad de costos que ayudará a determinar el costo unitario del producto. Según Sinisterra y Polanco (2007):

*“Por sistema de costos se entiende el conjunto de normas contables, técnicas y procedimientos de acumulación de datos de costos tendientes a la determinación del costo unitario del producto. Hay dos clases de sistemas de costos, el sistema de costos por órdenes de trabajo y el sistema de costos por procesos. Las características de la producción en cada empresa determinan el sistema de costos a utilizar, debido a que el sistema de costos va a depender del tipo de operación de manufactura”.* (p. 98)

Según Jiménez y Espinoza (2007) “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.
- Información para la toma de decisiones.
- Información para la planeación y control”.

### **Tipos de Sistemas de Costos**

#### Sistemas de costos por Órdenes de Producción

Según Guillespie (1981) “Puede emplearse cuando existe un control específico de la producción a base de las órdenes de trabajo que se reciben”. Dentro de este sistema de costos las órdenes de producción pueden ser por lotes o por pedidos de los clientes.

Afirma Gómez (2001) “Es propio de aquellas empresas cuyos costos se pueden identificar con el producto, en cada orden de trabajo en particular, a medida que se van realizando las diferentes operaciones de producción en esa orden específica”.

En otra apreciación acerca de los costos por órdenes de producción afirma el autor Molina (1987): “Los costos por órdenes de fabricación, obedecen, como su nombre lo indica, a órdenes concretas para que fabrique o produzca un artículo o determina cantidad de artículos. En este caso los costos se recopilan para cada orden emitida. Las órdenes de producción pueden ser dadas para:

- a) Lotes de producción
- b) Clases de productos



c) Montaje de un artículo”.

Sistema de Costos por Procesos

Según Gillespie (1981) “Se emplean en los casos en que no es posible o no es conveniente identificar las sucesivas operaciones a los diversos lotes de producción para los efectos de acumular costos. En este sistema, los costos causados y las unidades de producción se acumulan periodo por periodo”.

También afirma Gómez (2001):

*Tiene como particularidad especial el que los costos de los productos se averiguan por periodos de tiempo, durante los cuales la materia prima sufre un proceso de transformación continua, bien sea en procesos repetitivos o no para una producción relativamente homogénea, en la que no es posible identificar los elementos de costo de cada unidad terminada. La aplicación de un sistema de costos por procesos puede hacerse de dos maneras diferentes: con base en datos históricos, o con base en datos predeterminados estándar, con el consiguiente aumento de los costos administrativos, pero con las extraordinarias ventajas que ofrece este método para el control de la producción. (p. 224-225)*

En otra afirmación expresada por el autor Molina (1987):

*Los costos por procesos son aquellos que se estructuran para una producción homogénea y en forma interrumpida. Los costos por procesos se acumulan para las unidades producidas en determinado periodo. Los costos por procesos se dividen en costos de transformación, llamados también de conversión, y en costos de transferencia.*

*Los costos de transformación o de conversión, son aquellos que se operan para transformar la materia prima; son los egresos por*

*mano de obra y por costos indirectos. Cuando la fabricación se realiza a través de varios departamentos, los costos de conversión están dados para cada departamento, por la mano de obra directa y los costos indirectos empleados en el mismo.*

*Los costos de transferencia son aquellos que tienen una labor de seguimiento con el producto que se halla en fabricación, a través de los departamentos que aportan con su trabajo en la obtención de un artículo terminado. (p. 14-15)*

### Costo unitario de fabricación

Según Rincon (2011) “El costo unitario de fabricación de un producto nos ayuda a conocer cuánto es el valor mínimo, que podríamos vender nuestra capacidad instalada sobrante, y seguir ganando”.

Es importante para la empresa determinar el costos unitario lo cual afirma Rincon (2011) “Es la división del costo total de la orden de fabricación entre el número de unidades producidas” y además el “reconocer el costo unitario de fabricación sirve para identificar cuanto es lo mínimo que se puede pautar como precio de venta para no tener pérdidas operativas”. El costo unitario de fabricación se calcula dividiendo el costo total sobre las unidades:

$$\text{COSTO UNITARIO} = \text{COSTO TOTAL} / \text{UNIDADES O.P}$$

Variable Dependiente: Fijación de Precios

### **Precio**

Según Kloter, Camara, Grande, & Cruz (2000) “El precio se considera todavía como uno de los elementos más importantes que condicionan la cuota de mercado de la empresa y su rentabilidad”...“El precio es también el elemento más flexible: puede ser modificado rápidamente.”

Según Grupo Océano (Oceano, SA) “La formación de los precios de venta es una de las cuestiones que influyen de forma más decisiva tanto en las posibilidades de éxito como de fracaso de los negocios. El conocimiento de los diferentes factores que inciden en esta materia resulta vital en una buena gestión empresarial”.

### **Precio de Venta**

El objetivo de fijar un precio de venta para las empresas es maximizar sus beneficios, y que sus ingresos sean la fuente económica que sirva para satisfacer los costos producidos por la fabricación del producto. Afirma García (2007) :

*“Que en un mundo globalizado el precio de venta, en la mayoría de los casos , lo determina el mercado; por lo tanto, para que nuestros productos y servicios puedan participar y ser competitivos, debemos partir del precio de venta que fija el mercado; restarle el porcentaje de utilidad deseado, para llegar a nuestro costo total objetivo”... “También debemos considerar otros aspectos, entre ellos: la ley de la oferta y demanda, penetración en el mercado, promoción de la línea de productos, fijación de precios por primera vez”. (p. 17)*

Afirma Vásconez (1996) “Una vez que se conoce el costo de fabricar un determinado artículo, es posible determinar el precio de venta, conociendo además el precio de venta en el mercado de los artículos competitivos, para entrar en la libre competencia de captar el mayor número de consumidores”.

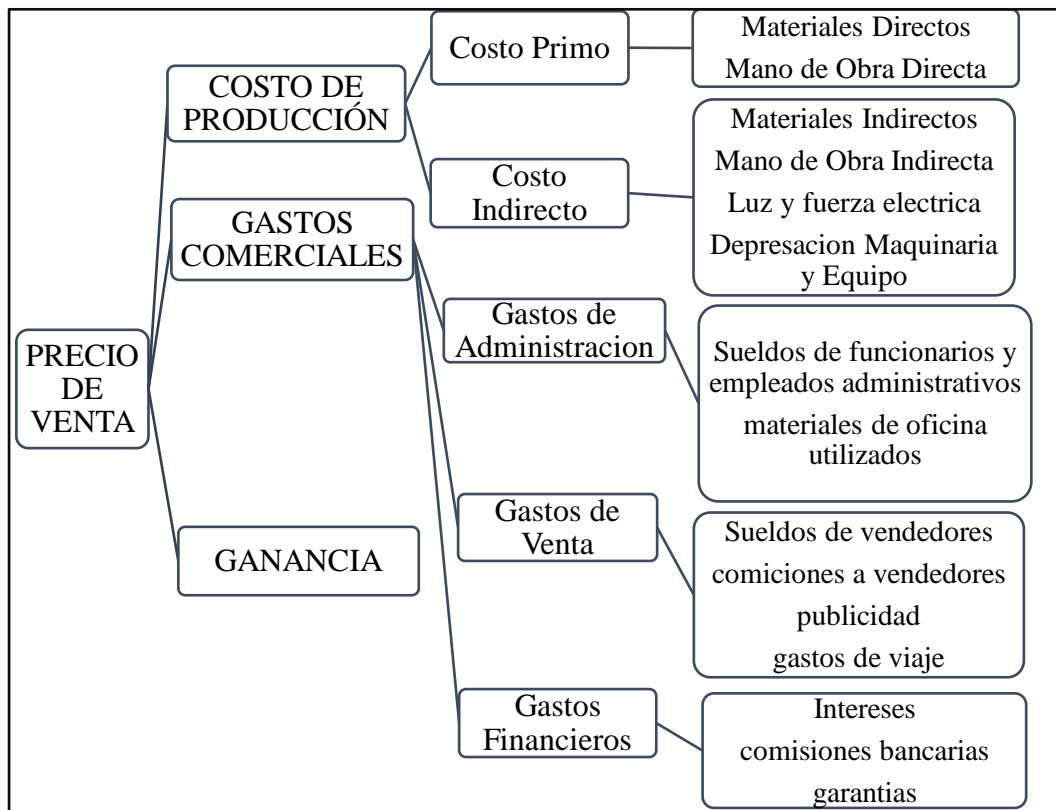
Haciendo una pequeña introducción manifiesta Zapata (2007):

- *Corresponde a la gerencia fijar el precio de venta, en función de variables bien estudiadas, evitando siempre el rechazo de los clientes o que la competencia se aproveche de estos para su posicionamiento.*

- Las variables de estudio serán los costos de producción, que deben ser lo más preciso posible, la capacidad de compra de los clientes y el precio referencial de la competencia.
- La ley de oferta y demanda y la estrategia de mercado que se tenga, así como la presencia de bienes sustitutos, serán considerados para fijar los precios de venta (p.329)

Para seleccionar un precio de venta se debe considerar el mercado al cual se va a dirigir, medir sus características y de acuerdo a eso plantear objetivos que sirvan para generar beneficios económicos en la empresa. Según Kotler, Camara, Grande, & Cruz (2000), “Las empresas deben comenzar por decidir dónde quieren posicionar su producto. Cuanto más claros estén los objetivos de la empresa, más fácil será fijar un precio”.

GRÁFICO N°. 7 Diagrama del Precio de Venta



Fuente: José Vicente Vascones Arroyo Pág. 36

Elaborado por: Betty Paulina Moyolema

## Cientes

Afirma según Bastos (2006) “El cliente es la persona que adquiere un bien o servicio para uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente. Constituye el elemento fundamental por y para el cual se crean productos en las empresas”.

El comportamiento de los clientes permite sacar conclusiones que pueden facilitar la fijación de los precios, o plantear estrategias que ayuden a obtener un precio de venta más adecuado, afirma Kotler y Armstrong (2003):

*Las empresas aplican diferentes estrategias de ajuste de precios para tomar en cuenta diferencias entre los segmentos de consumidores y situaciones. Una es la fijación de precios con descuento y complemento, por la cual la empresa establece descuentos en efectivo, por cantidad, funcionales o por temporada, o diversos tipos de complementos. Una segunda estrategia es la fijación segmentada de precios, en la que la empresa vende un producto a dos o más precios para dar cabida a diferentes clientes, formas de producto, lugares o tiempos. A veces las empresas consideran algo más que lo económico en sus decisiones de precios y utilizan fijación de precios psicológicos para comunicar mejor la posición que quieren que tenga un producto. En la fijación promocional de precios, una empresa ofrece descuentos o vende temporalmente un producto por debajo del precio de lista como acontecimiento especial, llegando a vender incluso a menos del costo una “carnada con pérdidas”. Otro enfoque es la fijación geográfica de precios, por la que una empresa decide qué precios cobrar a clientes cercanos y distantes. (p. 391)*

Según Kotler y Keller (2006) “En los últimos años, muchas empresas han adoptado la técnica de fijación de precios basada en el valor, que consiste en conseguir clientes leales cobrando un precio relativamente bajo por una oferta de gran calidad”.

## **Mercado**

Según Grupo Océano (Oceano, SA) “En ciertos tipos de actividad comercial concurren otras circunstancias, en las que, para determinar el precio de vender, no priman las consideraciones del cálculo de costos. Aunque las empresas involucradas en esta clase de negocios no ignoran los costos en el momento de fijar sus precios, atribuyen una mayor importancia a factores externos, como la competencia y los precios que la gente está dispuesta a pagar por los artículos que ellos comercializan”.

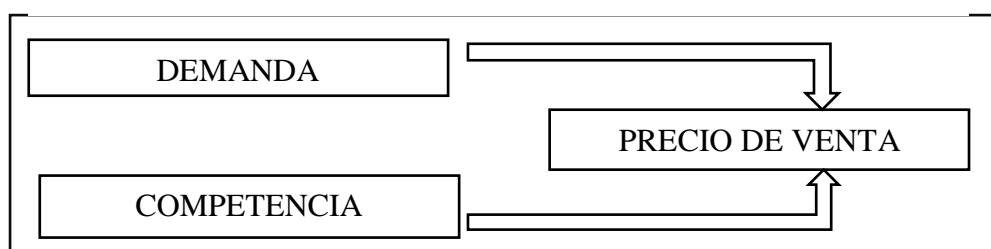
Según Sulser y Pedroza (2004) “Mercado es el conjunto total de personas u organizaciones con necesidades por satisfacer, dinero para gastar y la disposición y la voluntad de gastarlo”.

## **Demanda**

Dentro de las estrategias para fijar un precio de venta es el analizar la demanda, Kloter, Camara, Grande, & Cruz (2000) “cada precio que la empresa fije tiene un nivel de demanda correspondiente” significa que el mercado tendrá diferentes demandantes y con propuestas de precios diferentes, por lo tanto los precios de venta serán flexibles de acuerdo al mercado donde se encuentre.

El precio y la demanda están relacionados directamente en la medida que cuando los precios de venta sean altos la demanda será baja, y cuando los precios de venta sean baratos existirá mayor demanda. El factor clave dentro de esta relación es la calidad del producto, porque algunos consumidores generalmente pagan más por que el producto ofrecido es de muy mayor calidad

GRÁFICO N°. 8 Precio de Venta



Fuente: Grupo Océano, p. 635.

Elaborado por: Betty Paulina Moyolema

## Competencia

Para una empresa la competencia es el principal factor externo en analizar, porque permite planificar estrategias dentro del mercado, para Kloter, Camara, Grande, & Cruz (2000):

*Mientras la demanda de mercado constituye un tope para la fijación de precios y los costes un umbral mínimo, los costes y los precios de los competidores, así como sus posibles reacciones, ayudan a su fijación. Si la oferta de la empresa es similar a la de su principal competidor, tendrá que fijar un precio similar al de este o perderá ventas. Si la oferta de la empresa es inferior, esta no deberá cargar más que el precio del competidor. Si por el contrario, la oferta es superior, la empresa tendrá que fijar un precio más alto que el de su competidor. Debe estar al tanto, sin embargo, de que los competidores no alteren sus precios como respuesta a las modificaciones que ella introduce. (p.518)*

Por lo tanto la fijación de precios en una empresa constituye también una investigación de todas las actividades que realicen los principales competidores, es decir conocer al competidor estratégicamente y de acuerdo a los resultados pronosticar un precio adecuado que permitan obtener mayores ventas.

Según el Grupo Océano (Oceano, SA) “Es frecuente encontrar que algunos negocios ofrecen una mercadería similar a un precio mucho más bajo que otros. En estos casos, los comerciantes que utilizan un sistema flexible para la formación de precios pueden adaptarse rápidamente a los precios bajos en este artículo, al mismo tiempo que efectúan modificaciones de precios en otras líneas de productos para compensar la merma de beneficios que representa ajustarse a los precios de la competencia”.

Sistema Basado en el Costo

Según Kloter, Camara, Grande, & Cruz (2000) “La demanda supone el techo a los precios que la empresa puede fijar para sus productos. El suelo o umbral lo constituyen los costes. La empresa necesita fijar un precio que permita recuperar todos los costes de producción, distribución y venta del producto, incluido un beneficio razonable de acuerdo con los esfuerzos realizados y los riesgos asumidos”.

Según el Grupo Océano (Oceano, SA) “La creencia generalizada entre muchos hombres de negocios es que el precio de cada producto vendido debe cubrir todos los costos”...“Consecuentemente, el precio asignado a un producto dado deberá incluir la mano de obra, los materiales, el costo de compra o de fabricación, los gastos generales y un margen preestablecido de ganancia”.

Según Kloter, Camara, Grande, & Cruz (2000) : “Después determinan el precio al cual el producto se venderá, dado su atractivo y los precios de los competidores. Deducen el margen de beneficio que se desea obtener de su precio, y obtienen el coste objetivo que tienen que alcanzar”.

Por lo tanto se puede utilizar la siguiente fórmula para obtener el precio de venta:

GRÁFICO N°. 9 Fórmula Precio de Venta

$$\text{Precio de Venta} = \frac{\text{Coste Unitario}}{(1 - \text{Rentabilidad esperada sobre las ventas})}$$

Fuente: Kotler, Cámara, Grande, Cruz, 2000, p. 519

Elaborado por: Betty Paulina Moyolema

### **Resultado del Ejercicio**

El resultado del ejercicio que arroja al final del periodo en el estado de pérdidas y ganancias o estado de resultados dependerá de las ganancias generadas por la



venta menos los costos y gastos incurridos, esta diferencia en los resultados puede ser positiva o negativa para la empresa.

### **Estado de Resultados**

Según Arroyo (2010): “El Estado de Ganancias y Pérdidas es un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la forma en que se ha obtenido la utilidad o pérdida del periodo”.

La utilidad de una empresa según, Rincón (2011) “Es la medición de los beneficios presentes y futuros que puede obtener una empresa, área, negocio o proyecto por el desarrollo de su objeto social, administrativo o de trabajo social”.

Utilidad Negativa.- Según Rincón (2011) “Es cuando los beneficios recibidos en un periodo son menores a las inversiones realizadas por la empresa. También llamada pérdida”.

### **Importancia**

Según Rincón (2011) “Al analizar la utilidad de una empresa empieza a indicarnos la viabilidad de su funcionamiento y el resultado de la gestión del gerente. Este es el indicador que toman en cuenta los dueños de las empresas o negocios, para verificar si su inversión les está ofreciendo la rentabilidad esperada”.

### **Ingresos**

Los ingresos que se generan en las empresas, es el producto de las ventas de bienes o servicios realizados, dicho valor es acordado entre la parte ofertante y demandante, sirven para suprimir los costos y gastos generados por la fabricación, afirma Rincón (2011) “Los ingresos son los beneficios totales obtenidos en contraprestación de las inversiones realizadas”.

Según Vásquez (1996) “Una de las aplicaciones más importantes de los costos es la toma de decisiones con relación a los ingresos. Estas decisiones se pueden

dividir en tres partes: Fijación de precios de venta, combinación de productos y decisiones sobre el volumen-beneficio”.

## **Gastos**

Alcarria (2009) afirma que: “Los gastos son disminuciones del patrimonio neto, distintas de las distribuciones de fondos de la entidad a los propietarios, como consecuencia de la actividad económica de adquisición de bienes y servicios, o como consecuencia de las variaciones en el valor de activos y pasivos que deben reconocerse contablemente”.

### **Gastos Administrativos**

Afirma según Enciclopedia (Financiera, SA) “Se denominan gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción. Los salarios de los altos ejecutivos y los costes de los servicios generales (tales como contabilidad, contratación y relaciones laborales) se incluyen en esta rúbrica”.

Según Rivadeneira (2014) “Constituye el conjunto de gastos incurridos en la dirección general de una empresa no relacionados con una actividad específica de la misma, como en el caso de las actividades de ventas o de fabricación”.

### **Gastos Financieros**

Según Enciclopedia de (Economía, SA) “En la cuenta de gastos financieros destacan entre otras las cuentas de intereses de obligaciones y bonos, los intereses de deudas, los intereses por descuento de efectos, las diferencias negativas de cambio, y se incluyen también dentro de este apartado los gastos generados por las pérdidas de valor de activos financieros”.

Según Rivadeneira (2014) “Representan el conjunto de gastos relacionados con la obtención de recursos ajenos para financiar las operaciones de la empresa”.

## **Gastos de Ventas**

Según Rivadeneira (2014) “Comprenden aquellos gastos relacionados con la promoción, la realización de ventas y la entrega de los bienes vendidos”.

Según Griffin y Ebert (2005) “Los gastos de venta resultan de las actividades relacionadas con la venta de mercancías o servicios, tales como los salarios de la fuerza de ventas y los gastos en publicidad”.

Como afirman los autores los gastos de venta son producidos a causa de gastos ocasionados para realizar las ventas y promocionar los productos.

## **2.5 Hipótesis**

Los costos de producción inciden en la fijación de precios de INDU JEANS.

## **2.6 Señalamiento de Variables**

Variable Independiente: Costos de Producción

Variable Dependiente: Fijación de Precios

Término de Relación: Influyen

Unidad de Observación: Empresa Indu Jeans.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Enfoque de la Investigación**

La presente investigación tiene un enfoque cualicuantitativo, afirma que este enfoque mixto de investigación Muñoz (2011) “Permite que en el planteamiento del problema, en la forma y las técnicas para recopilar los datos, en el análisis e interpretación de resultados, se utilicen indistintamente ambos enfoques”.

También Gómez, Deslauriers, & Alzate afirman (2010) “La combinación o empleo mixto de enfoques de investigación exigen creatividad para que el investigador combine diversos elementos metodológicos de manera coherente y organizada, con el fin de responder de la mejor manera a una pregunta de investigación”.

Cualitativo.- Se identifica las características más sobresalientes tanto de la variable independiente (costos de producción), como de la variable dependiente (fijación de precios).

Cuantitativo.- Se llegará a medir numéricamente la relación entre la variable independiente (costos de producción), y la variable dependiente (fijación de precios) y los diferentes resultados que arroje la investigación.

#### **3.2 Modalidades Básicas de Investigación**

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

Afirma según Behar (2008) “Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones.”. Así también Zorrilla, Torres, Cervo, & Bervian afirman que (2000) “Las técnicas específicas de la investigación de campo tienen como finalidad recoger y registrar de forma ordenada los datos relativos al tema

escogido como objeto de estudio. Equivalen, por tanto, a instrumentos de observación controlada”.

Según, Garcés (2000) “Es la investigación que se realiza en el lugar geográfico donde se producen los hechos, o campo de los hechos, como jardín, la escuela, el hogar, o una entidad social como un barrio marginal, las viviendas indígenas, los comerciantes ambulantes, etc. etc.”.

Como lo afirman los autores la información provendrá del lugar donde suceden los hechos en este caso será extraída de Indu Jeans, para lo cual con la colaboración de todo el personal de la empresa y con la utilización de las herramientas de la entrevista, observación y encuestas podremos obtener información.

### **3.2.2 Investigación Bibliografía**

Afirma López, (S/A) “En un sentido amplio, el método de investigación bibliográfica es el sistema que se sigue para obtener información contenida en documentos. En sentido más específico, el método de investigación bibliográfica es el conjunto de técnicas y estrategias que se emplean para localizar, identificar y acceder a aquellos documentos que contienen la información pertinente para la investigación”.

Según Zorrilla, Torres, Cervo, & Bervian afirman que (2000) “La investigación bibliográfica puede realizarse de forma independiente o como parte de la investigación de campo o de laboratorio. En ambos casos, busca conocer las contribuciones culturales o científicas del pasado”.

Sobre la base de las consideraciones anteriores la investigación propuesta en Indu Jeans será de carácter bibliográfico, por consiguiente se expresa que se ha de tomar información reposada en libros, revistas, investigaciones y demás documentos que estén relacionados con la investigación.

### **3.3 Niveles de Investigación**

La investigación por su nivel de conocimiento llegará al siguiente nivel:

#### **3.3.1 Investigación Exploratoria**

Según Moreno (2000) “La investigación exploratoria se hace sobre el objeto total o sobre parte de él o de la teoría que lo comprende y su naturaleza es lograr conocimientos previos, que permitan, directa o indirectamente, desarrollar el conocimiento que se propone obtener en otra investigación”.

Afirma también Gutiérrez (2003) “Las funciones específicas de la investigación exploratoria son las siguientes: formular problemas, desarrollar hipótesis (no demostrar), aclarar conceptos, reunir información y familiarizar al investigador con el fenómeno que desea investigar”.

Con referencia a lo anterior se establece que una investigación exploratoria tiene como objetivo inmiscuirse dentro del fenómeno de estudio, es por eso que se inició seleccionando nuestro objeto de estudio que es Indu Jeans, por otra parte también, mediante la técnica de la observación se obtuvo información acerca de los problemas y demás aspectos dentro de la empresa.

Adicionalmente se realizó una entrevista donde se pudo determinar varios factores internos y al mismo tiempo la relación que existe entre las variables de la investigación y como se podría plantear un hipótesis para el problema de investigación.

#### **3.3.2 Investigación Descriptiva**

Según Gutiérrez afirma (2003) “La descripción puede referirse a personas, hechos, procesos y relaciones naturales y sociales y deben realizarse en un tiempo y lugar determinados con el fin de reunir los detalles suficientes para la identificación del problema”.

En la investigación descriptiva afirma Bernal (2006) “Una de las funciones principales de la investigación descriptiva es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de dicho objeto”.

Con respecto al nivel descriptivo, en Indu Jeans se podrá describir de manera general todos los fenómenos que se encontró en el estudio, así como también detallar las características principales de cada uno de ellos, y en ese mismo sentido conocer cómo se manifiestan y cuál es su funcionamiento cada fenómeno dentro del objeto de estudio.

### **3.3.3 Investigación Correlacional**

Afirma Hernández, Fernández, & Baptista (2003) “Los estudios correlacionales evalúan el grado de relación entre dos variables, pudiéndose incluir varios pares de evaluaciones de esta naturaleza en una única investigación (comúnmente se incluye más de una correlación)”.

Según Bernal (2006) “La correlación examina asociaciones pero no relaciones causales, donde un cambio en un factor influye directamente en un cambio en otro”.

Como explica la correlación permitirá estudiar a las variación de las variables tanto independiente “costos de producción” como dependiente “fijación de precios” y cualquier cambio que exista en una influirá en la otra.

### **3.4 Población**

Población para Eyssautier (2007) “El universo es el grupo completo de particulares que el investigador desea estudiar y respecto de los cuales planea generalizar o inducir. La definición del universo es determinada exclusivamente por los fines de la investigación del estudio en particular”.

También afirma Gutiérrez (2003) “El termino universo sirve para designar a todos los posibles sujetos u objetos que pertenecen a una misma clase o tipo. El termino población sirve para designar la parte del universo a la que el investigador tiene acceso (no siempre el investigador tiene acceso a todos los sujetos del universo)”.

### 3.4.1 Muestra

Según Gutiérrez (2003) “La muestra es una parte representativa del universo poblacional, cuyas características deben reproducir en pequeño lo más exactamente posible”.

La muestra también Según Bernal (2006) “Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio”.

Para la ejecución del trabajo de investigación que se presenta, debido a que la población a investigarse es pequeña no se establece ningún proceso de muestreo y se trabaja con toda la población que se resume en la siguiente tabla:

TABLA N° 1. Población de la Investigación

DETALLE	TRABAJADORES
Gerente Propietario	1
Contador	1
Auxiliar Contable	1
Jefe de Producción	1
Obreros	24
Vendedores	3
<b>Total</b>	<b>31</b>

Fuente: Indu Jeans

Elaborado por: Betty Paulina Moyolema



### 3.5 Operacionalización de las Variables

#### 3.5.1 Variable Independiente: Costos de Producción

GRÁFICO N°. 10 Operacionalización Variable Independiente

CONCEPTO	CATEGORÍA O DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEM'S	TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS
Los Costos de Producción son los procesos y técnicas que ayuda a registrar y asignan adecuadamente el valor de cada elemento del costo: materia prima, mano de obra y CIF a un producto o servicio.	Procesos, Técnicas de Costos	Eficiencia de los procesos y técnicas	¿Existe control en el proceso de producción de los jeans?	Técnica: Encuesta Instrumento: cuestionario al gerente, departamento contable, personal de producción y ventas.
			¿Utiliza alguna técnica o sistema para determinar el costo de producción?	
	Elemento del costo: 1. Materia Prima	Utilización de materia prima	¿Conoce que tipo de materia prima utiliza?	Técnica: Encuesta Instrumento: cuestionario al gerente, departamento contable y personal de producción, venta.
			¿Identifica usted la cantidad de materia prima directa que utiliza para la elaboración de los jeans?	
			¿Existe desperdicios de la materia prima?	

	2. Mano de Obra	Eficiencia de la mano de obra	¿La mano de obra por el método de maquilas que utiliza es eficiente?	Técnica: Encuesta Instrumento: cuestionario al gerente, departamento contable, personal de producción y ventas.
			¿La mano de obra por maquilas genera menos costo a la empresa?	
	3. Costos Indirectos de Fabricación	Base de asignación de los CIF	¿Conoce que tipo de Costos Indirectos de Fabricación utiliza en la producción?	Técnica: Encuesta Instrumento: cuestionario al gerente, departamento contable y personal de producción y ventas.
			¿Usted utiliza alguna base de asignación en los CIF?	Técnica: Encuesta Instrumento: cuestionario al gerente, departamento contable.

Fuente: Marco Teórico

Elaborado por: Betty Paulina Moyolema

**Variable Dependiente: Fijación de Precios**

GRÁFICO N°. 11 Operacionalización Variable Dependiente

CONCEPTO	CATEGORÍA O DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEM'S	TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS
La Fijación de Precios es el método para determinar un valor monetario a un producto o servicio, en base a factores como el costo, la competencia y los clientes, con la finalidad de obtener utilidad para la empresa.	Determinar un valor basado en costos, competencia y clientes	Variación de los precios de venta.	¿Usted cree que el precio de venta es competitivo frente a los de la competencia?	Técnica: Encuesta Instrumento: cuestionario al gerente, contabilidad, producción y ventas
		Volumen total de ventas	¿Se ha establecido alguna política de ventas basada en los precios para sus clientes?	Técnica: Encuesta Instrumento: cuestionario al gerente, contabilidad
	Utilidad de la empresa	Porcentaje de utilidad neta	¿Conoce usted si los precios de venta son fijados en base a los costos?	Técnica: Encuesta Instrumento: cuestionario al gerente, contabilidad, producción y ventas.
			¿Conoce usted exactamente el porcentaje de utilidad en las ventas anuales?	Técnica: Encuesta Instrumento: cuestionario al gerente, contabilidad.

Fuente: Marco Teórico

Elaborado por: Betty Paulina Moyolema

### 3.6 Plan de Recolección de la Información

Descripción detallada del tratamiento de la información de fuentes primarias y secundarias

Plan de Recolección de la Información  
GRÁFICO N°. 12 Recolección de la Información

<b>Preguntas Básicas</b>	<b>Explicación</b>
1.- ¿Para qué?	Para comprobar la hipótesis “Los costos de producción influyen en la fijación de precios”
2.- ¿De qué personas u objetos?	Empresa INDU Jeans
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Los costos de producción y la fijación de precios
4.- ¿Quién? ¿Quiénes?	Investigador: Betty Paulina Moyolema Manotoa
5.- ¿A quién?	Gerente, Personal de Contabilidad, Personal de Producción, Personal de Ventas.
6.- ¿Cuándo?	Septiembre del 2015 a Febrero de 2016
7.- ¿Dónde?	Oficina del Gerente Propietario, Departamento de Producción y Ventas.
8.- ¿Cuántas veces?	31 Encuestas.
9.- ¿Cómo? - ¿Qué técnica de recolección?	Encuesta Cuestionario
10.- ¿Con qué?	Recursos Propios

Elaborado por: Paulina Moyolema

Fuente: Indu Jeans

## **3.7 Procesamiento de la Información**

### **3.7.1 Fuentes Primarias**

En el procesamiento de la información de fuentes primarias, se utilizará los datos obtenidos y recolectados en la investigación, como también se procederá a preparar la información para su respectiva revisión y tabulación, con el fin de que la información obtenida sea lo suficientemente adecuada para su utilización.

Así también afirma Eyssautier (2007) “Los datos primarios obtenidos a través de cuestionarios aplicados a la muestra del universo requieren de un proceso previo a su análisis. Así, una vez procesados, serán sometidos a este análisis utilizando los métodos estadísticos”.

Afirma Munch, & Ángeles (2009) “La edición de la información consiste en revisar los datos para detectar errores u omisiones, procesarlos y organizarlos en la forma más clara posible, ordenarlos de manera uniforme, eliminar respuestas contradictorias o erróneas y ordenarlas para facilitar su tabulación”.

Para el presente proyecto, la recolección de la información se llevará a cabo mediante la aplicación de una serie de fases obteniendo de esa manera la información para su validación de la siguiente manera:

1. Elaboración de los instrumentos de recolección de la información.
2. Validación de los instrumentos de recolección de la información.
3. Revisión de los instrumentos de recolección de la información.
4. Revisión y ajuste de los instrumentos de los instrumentos de recolección de la información.
5. Aplicación de los instrumentos de recolección de la información en la población objeto de estudio.
6. Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis.

Por lo tanto luego de haber extraído la información se tabulará los resultados de las encuestas realizadas ordenando y clasificando de acuerdo a como fueron seleccionadas para evitar errores al utilizarlas.

### **3.7.2 Fuentes Secundarias**

Según Biblioteca Universidad de Alcalá (Alcalá, SA) “Las fuentes secundarias contienen información organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización que refiere a documentos primarios originales. Son fuentes secundarias: enciclopedias, antologías, directorios, libros o artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones”.

De acuerdo a la presente investigación se utilizará la siguiente información secundaria:

- Enciclopedias de Contabilidad de Costos
- Libros de Contabilidad General y de Costos
- Artículos de Revistas Virtuales
- Trabajos de Investigación relacionados con las variables en estudio

## CAPÍTULO IV RESULTADOS

### 4.1 Análisis e Interpretación de Resultados

El análisis se basa en los resultados, producto de las técnicas de observación y de recolección de información, aplicada a la empresa y a nuestra población conformada por 31 personas, los datos obtenidos para su análisis e interpretación se ordenará primero en forma tabular y luego en diagramas gráficos y estadísticos; esquemas que proporcionan mayor información y comprensión de la información.

Para la comprobación de la hipótesis planteada en la investigación se aplicara la prueba estadística del CHI-CUADRADO, debido a que se puede trabajar con este estadígrafo sin ningún inconveniente y además de que esta prueba se utiliza generalmente para determinar la relación entre variables.

Para encontrar los problemas que podrían afectar internamente a la empresa, se realizó observaciones al proceso de producción, con el propósito de analizar la realidad de la empresa para detectar las falencias que exista en el proceso de producción, y que afectan directamente a los costos.

Objetivo de la Evaluación: Detección de errores en el proceso de producción.

N°	PROCESOS	NIVEL DE ERROR		
		Bajo	Medio	Alto
1	Realización de la orden de producción	x		
2	Registro de ingreso por compra de materia prima e insumos	x		
3	Diseño de pantalones jeans	x		
4	Utilización de moldes			x

5	Corte de la tela de acuerdo al molde			x
6	Desperdicio de materiales			x
7	Requisición de la materiales e insumos		x	
8	Registro e identificación de materiales e insumos utilizados		x	
9	Categorización por tallas para el envío a las maquilas.	x		
10	Confección de jeans realizado en maquilas	x		
11	Lavado de jeans	x		
12	Utilización de los insumos para terminados			x
13	Trabajo realizado en los terminados		x	
17	Utilización de hoja de costos.			x
15	Control en el proceso de producción		x	
16	Determinación de los costos de producción			x
17	Registro contable de los costos de producción	x		

Fuente: Indu Jeans

Elaborado por. Paulina Moyolema

Descripción del Proceso de Producción con nivel de error bajo:

- El proceso de producción inicia con la orden de producción, la cual es realizada por el jefe de producción, también se observó que utilizan un formato de orden de producción.
- La persona encargada de proponer diseños para la fabricación de los jeans está enfocada en todas características del jeans, y los diseños hacen énfasis en la calidad y temporada.



- La materia prima e insumos que son comprados para ser utilizados en la producción son registrados en los libros contables, los mismos que son custodiados mediante una tarjeta kardex.
- El cortador es el encargado de clasificar y ordenar los cortes de acuerdo a las tallas, para que pueda ser entregado a las maquiladoras para la confección.
- La falta de maquinaria a provocado que la empresa realice la confección en las maquilas las cuales se encargan de entregar el jeans totalmente confeccionado y se observó que ellas reciben los cortes totalmente contabilizados así como los insumos que son entregados por la empresa para que pueda utilizar en la confección del jeans, de acuerdo a la orden de pedido.
- El lavado del jeans se convierte en un proceso externo para la empresa, y en el cual no ha existido novedades que afecten el proceso de producción, salvo problemas de logística, justamente porque se envía previamente todas las especificaciones para que se realice el proceso de lavado.
- El registro contable no presencia errores, pero hay que tomar en cuenta que la persona encargada de realizar dicho trabajo no tiene mucha experiencia en el área de costos y puede existir anomalías en cuanto a los valores registrados.

#### Descripción del Proceso de Producción con nivel de error medio:

- En la realización de la requisición de materiales, se constató que no existe ninguna hoja con un formato específico y que solo tiene apuntes en un libreta, el jefe de producción a designado a una persona para que se haga cargo de esa función en la bodega, el cual es el responsable del almacenamiento, protección y salida de todos los materiales bajo su control.
- La mayoría de los obreros identifican los materiales que utilizan en la producción de los jeans por la experiencia adquirida, el problema surge cuando se incorpora nuevo personal a la empresa, sobre todo cuando no

conocen sobre este tipo de trabajo y es complejo que se acoplen e identifiquen los materiales a utilizarse.

- En cuanto a los materiales e insumos en ocasiones no pueden ser registrados correctamente porque no tienen respaldado de una hoja de requisición, provocando diferencias al momento de hacer la constatación física.
- El trabajo de la mano de indirecta no es muy eficiente, en vista de que los obreros con mayor experiencia en esta área son eficientes en su trabajo, mientras que los obreros que recién son incorporado carecen de habilidad para la realización de las actividades.
- El jefe de producción es el encargado de administrar y supervisar las tareas en cada área de producción, pero se pudo observar que en áreas como el corte y terminados existe descuido y no se realiza el control adecuado que deberá darse.

Descripción del Proceso de Producción con nivel de error alto:

- El cortador no desempeña eficientemente su trabajo, y se confirmó que al momento de trazar los moldes en la tela, no toma en cuenta las observaciones que se debe realizar antes del trazo.
- Una vez moldeado la tela se procede a cortar, pero como anteriormente fue mal trazada, al momento del corte se provoca desperdicios de tela.
- La mayoría de desperdicio que existe en el proceso de producción es en la tela, porque las funciones de diseño y corte son realizadas irresponsablemente por el cortador y es una de las áreas en donde existe constantes llamados de atención.
- Los insumos utilizados en los terminados varían de acuerdo al modelo de pantalón que se especifique en la orden de producción, en cuanto a lo que es brillos y lentejuelas existe cierto desperdicio, mientras que en las tallas, etiquetas, remaches, botones y bolsas presentan fallas por fábrica en ciertas ocasiones.

- No existe formato de hoja de costos, y los costos generados en cada lote de producción son registrados en una libreta, y no se considera los lineamientos que debería contener una hoja de costos.
- Al no contar con un sistema de costos, provoca cierta complejidad porque no se trabaja con datos reales del costo producidos durante el proceso de producción, y se registra un costo empírico.

Los precios de venta es la otra variable a analizar en el proyecto de investigación, por lo cual se consideró hacer comparaciones de las variaciones de los precios que se ha establecido en la empresa, tomando como fuente los precios fijados los cuales fueron en base a los costos empíricos que se calcula en la empresa.

Los precios son fijados con el propósito de generar ganancias a la empresa y que estén dentro de un rango competitivo.

Evaluación de los precios de venta del periodo anterior con el actual.

PRODUCTOS	PRECIO VENTA ACTUAL	PRECIO VENTA ANTERIOR
Pantalón llano Jeans	\$ 14	\$ 12.50
Pantalón Pana	\$ 18	\$ 17

Elaborado por: Paulina Moyolema

En la empresa se produce dos líneas de pantalón, el conocido como pantalón llano tenía precios de \$ 12.50, y actualmente se lo vende a un precio de venta de \$ 14, se consideró estos incrementos en cuanto a precios debido al aumento del costo de los insumos utilizados para su elaboración sobretodo en la materia prima principal que es la tela.

El mismo tratamiento tiene el pantalón pana que a consecuencia de los incrementos de la materia prima e insumos ha provocado que su costo incremente, y por ende su precio de venta.

Como política de venta la empresa ha clasificado a sus clientes en dos segmentos lo que compran al por mayor y en unidades, para aquellos que compran en grandes cantidades se autorizó que recibirán un descuento de acuerdo a la compra.

De acuerdo a la similitud de características del pantalón producido en INDU JEANS y de varias empresas del mismo sector, se encuentran las siguientes diferencias de precios entre los mismos productos.

Modelo Producto: Pantalón llano Jeans. PVP: \$14.00

EMPRESAS	PRECIO COMPETENCIA
Ram Jeans	\$ 15
Pelileo Jeans	\$ 18
Kara Jeans	\$ 13

Elaborado por: Paulina Moyolema

Modelo Producto: Pantalón Pana. PVP: \$18.00

EMPRESAS	PRECIO COMPETENCIA
Ram Jeans	\$ 18
Pelileo Jeans	\$ 17
Kara Jeans	\$ 20

Elaborado por: Paulina Moyolema

Considerando que la competencia es un factor fundamental para determinar un precio de venta, es también indispensable analizarlo para conocer qué tan competitivos son nuestros precios en el mercado.

Los precios de venta de la competencia también son fijados en base a los costos y la variación que surge es debido al porcentaje de ganancia que cada empresa desea dar a sus productos, así como también la calidad y modelo del jeans.

#### 4.1.1 Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta realizada al gerente, y personal de contabilidad de la empresa.

##### 1.- ¿Usted cree que existe control en el proceso de producción de los jeans?

TABLA N° 2. Control Proceso de Producción de los jeans

Descripción	Encuesta	Porcentaje
SI	1	33.33
NO	2	66.67
TOTAL	3	100

Tabla 4.1 Encuestas Indu Jeans.  
Elaborado por: Paulina Moyolema

GRÁFICO N°. 13 Control Proceso de Producción de los jeans



Fuente: Tabla encuesta Pregunta #1.  
Elaborado por: Paulina Moyolema

#### Análisis

El 66.67 % de los encuestados responden que en la empresa no cuentan con ningún control en el proceso de producción para la fabricación de los jeans.

#### Interpretación

En Indu Jeans el 66.67% de los encuestados coinciden que no cuentan con un adecuado control en el proceso de producción, por lo tanto las actividades operativas no se las realiza de manera efectiva, afectando a la productividad y además provocando desperdicios de los recursos.

**2.-¿Utiliza alguna técnica o sistema para determinar los costos de producción?**

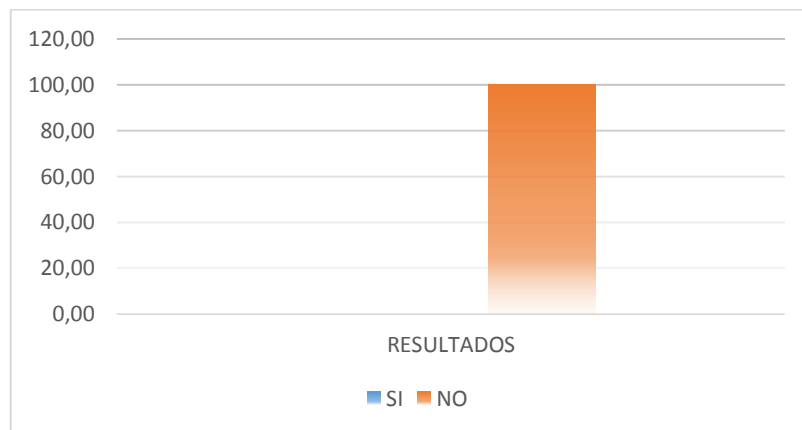
TABLA N° 3. Determinación costos de producción

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	0	0.00
No	3	100
Total	3	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema

GRÁFICO N°. 14 Determinación costos de producción



Fuente: Tabla encuesta Pregunta #2.

Elaborado por: Paulina Moyolema

### **Análisis**

El 100 % de los encuestados estiman que carecen de algún sistema para determinar los costos de producción.

### **Interpretación**

En Indu Jeans el 100 % de los encuestados afirman que los costos de producción se determinan en base a la experiencia (empíricamente), por lo tanto no se utiliza ningún sistema de costos, lo que afecta directamente a la obtención del costo de producción.

### 3.- ¿Conoce que tipo de materia prima utiliza en la empresa?

TABLA N° 4. Tipo de Materia Prima

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	2	66.67
No	1	33.33
Total	3	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema

GRÁFICO N°. 15 Materia Prima



Fuente: Tabla encuesta Pregunta #3.

Elaborado por: Paulina Moyolema

#### **Análisis**

El 66.67 % de los encuestados estiman que se identifica a la materia prima que utiliza en la producción de jeans, y el 33.33% desconoce la el tipo de materia prima utilizada.

#### **Interpretación**

En Indu Jeans el 66.67 % de la población encuestada conocen el tipo de materiales que utilizan para la fabricación de los jeans, así también el 33.33 % restante presenta cierta dificultad por el hecho de integrarse recién a la empresa y no logra identificar con facilidad los diferentes materiales utilizados en cada modelo.

**4.- ¿Identifica usted la cantidad de materia prima directa que utiliza para la elaboración de los jeans?**

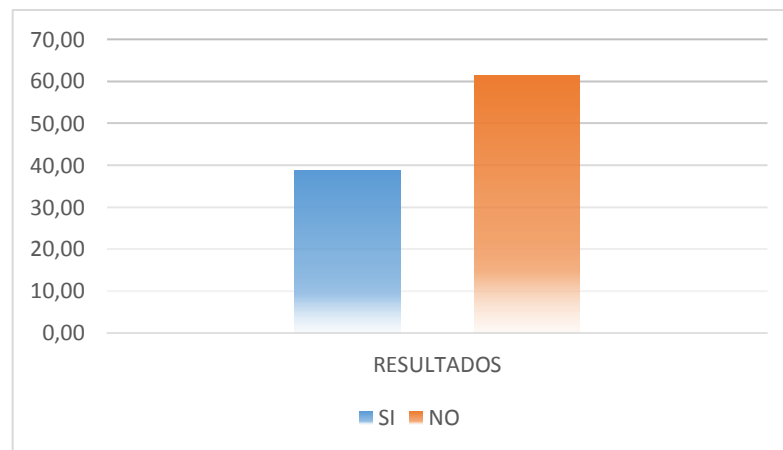
TABLA N° 5. Cantidad de Materia Prima

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	1	33.33
No	2	66.67
Total	3	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema

GRÁFICO N°. 16 Cantidad de Materia Prima



Fuente: Tabla encuesta Pregunta # 4.

Elaborado por: Paulina Moyolema

### **Análisis**

El 66.67 % no identifica la cantidad exacta de materiales utilizados en la confección del jeans, mientras que el 33.33% conoce la cantidad de materiales utilizados.

### **Interpretación**

En Indu Jeans el 66,67% de la población encuestada no conoce la cantidad exacta de materia prima utilizada, debido a inconsistencias por parte del encargado al momento del registro de los materiales utilizados en la fabricación de los jeans.



## 5.- ¿Existe desperdicios de la materia prima?

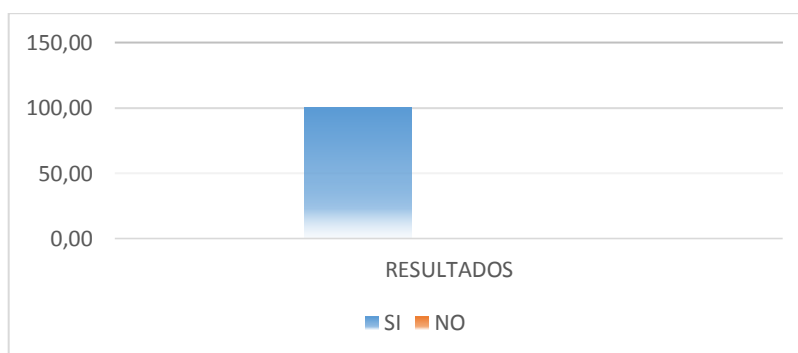
TABLA N° 6. Desperdicios de materia prima

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	3	100
No	0	0.00
Total	3	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema.

GRÁFICO N°. 17 Desperdicios de materia prima



Fuente: Tabla encuesta Pregunta # 5.

Elaborado por: Paulina Moyolema

### Análisis

El 100 % de la población encuestada estima que si existe desperdicio de materiales en la fabricación de los jeans.

### Interpretación

En Indu Jeans el 100% de la población encuestada afirma que los materiales (tela) son mal utilizados existiendo por tal motivo desperdicios, provocados especialmente por causa de la deficiencia en las funciones de diseño y corte del personal encargado, además de que no existe mayor control en esa área de trabajo.

## 6.- ¿La mano de obra por el método de maquilas que utilizan es eficiente?

TABLA N° 7. Mano de Obra (Método Maquila)

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	2	66.67
No	1	33.33
Total	3	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema

GRÁFICO N°. 18 Mano de Obra (Método Maquila)



Fuente: Tabla encuesta Pregunta # 6.

Elaborado por: Paulina Moyolema

### Análisis

El 66.67 % de la población estima que el servicio de maquilas utilizado en la empresa es eficiente para la producción de jeans.

### Interpretación

En Indu Jeans 66.67 % estima que el servicio de maquilas es eficiente debido a la capacidad que tienen estos centros para entregar en el tiempo requerido por la empresa, evitando retrasos en el proceso de producción, aunque también existe desventajas al no controlar estas actividades.

## 7.- ¿La mano de obra por maquilas genera menos costo a la empresa?

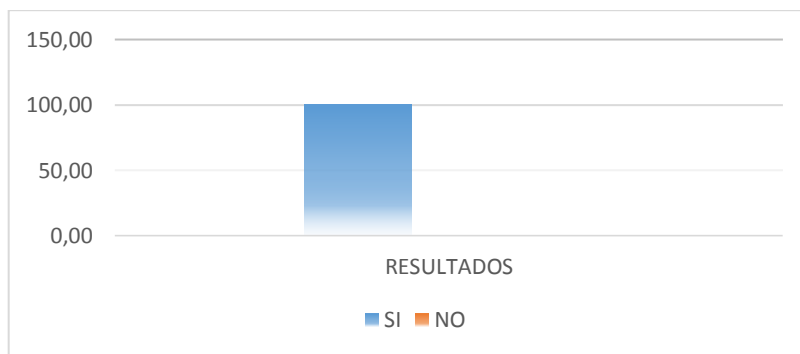
TABLA N° 8. Costo Mano de Obra (Método Maquila)

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	3	100
No	0	0.00
Total	3	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema

GRÁFICO N°. 19 Costo Mano de Obra (Método Maquila)



Fuente: Tabla encuesta Pregunta # 7.

Elaborado por: Paulina Moyolema

### Análisis

El 100 % estima que trabajar con maquilas ayuda a reducir los costos y es conveniente para la empresa.

### Interpretación

En Indu Jeans el 100% de la población afirma que debido a la falta de capacidad de instalación de maquinaria, se procedió a utilizar el método de trabajo por maquilas, disminuyendo por lo tanto la contratación de personal de planta y con ello también el gasto por causa de los beneficios de ley, permitiendo de esta manera disminuir costos.

## 8.- ¿Usted utiliza alguna base de asignación para los CIF?

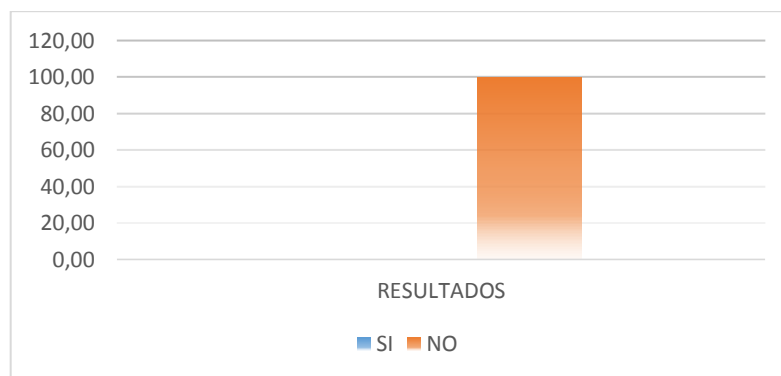
TABLA N° 9. Base Asignación Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	0	0
No	3	100
Total	3	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema

GRÁFICO N°. 20 Base Asignación Costos Indirectos de Fabricación



Fuente: Tabla encuesta Pregunta # 8.

Elaborado por: Paulina Moyolema

### Análisis

El 100% de la población encuestada estima que no utiliza ninguna base de asignación para los CIF.

### Interpretación

En Indu Jeans el total de la población encuestada afirma que debido a la falta de conocimientos en materia de costos, es complejo utilizar alguna base de asignación para los CIF, por lo que el costo indirecto presentado tiene un valor erróneo, afectando directamente al costo total de la producción.

## 9.- ¿Conoce que tipo de Costos Indirectos de Fabricación utiliza?

TABLA N° 10. Tipo de Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	1	33.33
No	2	66.67
Total	3	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema

GRÁFICO N°. 21 Tipo de Costos Indirectos de Fabricación



Fuente: Tabla encuesta Pregunta # 9.

Elaborado por: Paulina Moyolema

### Análisis

El 66.67 % de la población encuestada estima que no conoce los CIF que utiliza en la fabricación de los jeans, mientras que 33.33% si conoce los CIF utilizados.

### Interpretación

En Indu Jeans el 66.67 % de la población encuestada afirma conocer el tipo CIF utilizados en la fabricación de los jeans, esto es específicamente en la sección terminados, debido al tiempo que trabaja y la experiencia al utilizar algunos de los insumos identificados como indirectos.

**10 ¿Usted cree que el precio de venta es competitivo frente a los de la competencia?**

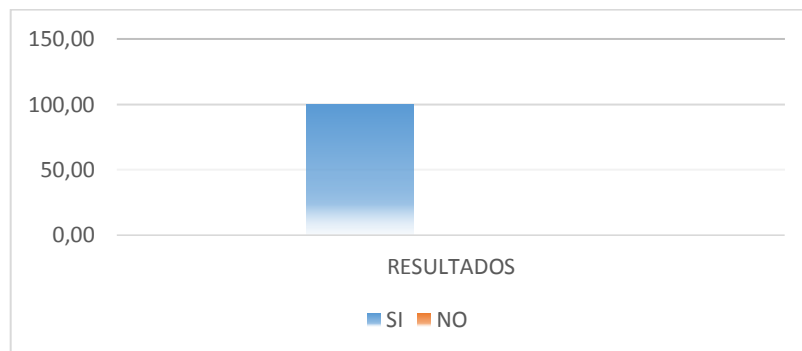
TABLA N° 11. Precio de la competencia

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	3	100
No	0	0.00
Total	3	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema

GRÁFICO N°. 22 Precio de la competencia



Fuente: Tabla encuesta Pregunta # 10.

Elaborado por: Paulina Moyolema

**Análisis**

El 100 % de la población encuestada estima que el precio de venta es competitivo frente a los de la competencia.

**Interpretación**

En Indu Jeans se ha planteado un precio de venta tomando como referencia el mercado y los precios de la competencia, y movido por esos factores ha establecido su precio de venta que este al margen de los de la competencia, añadiendo algún valor agregado (diseños exclusivos y calidad) a los productos para ganar posición en el mercado.

**11.- ¿Se ha establecido alguna política de ventas basada en los precios para sus clientes?**

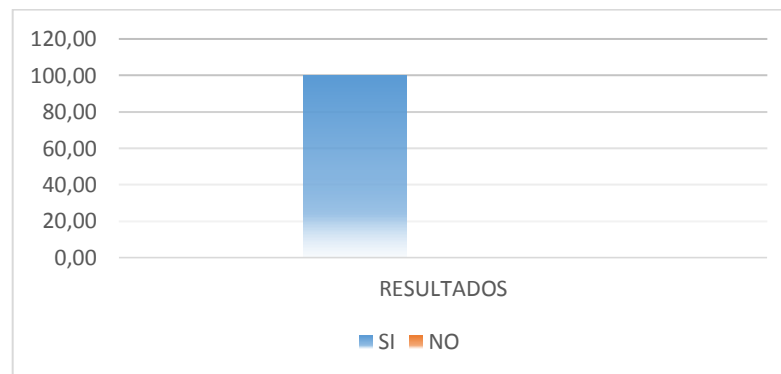
TABLA N° 12. Política de ventas

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	3	100
No	0	0.00
Total	3	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema.

GRÁFICO N°. 23 Política de ventas



Fuente: Tabla encuesta Pregunta # 11.

Elaborado por: Paulina Moyolema

### **Análisis**

De las encuestas realizadas al personal el 100% de los encuestados afirman que se ha establecido políticas para los clientes.

### **Interpretación**

En Indu Jeans el gerente y el personal de ventas tienen establecidas políticas de ventas, pero son válidas únicamente para los clientes que tienen un historial amplio en sus compras y para aquellos que han demostrado fidelidad con la empresa, esta estrategia es una motivación para seguir manteniendo las relaciones comerciales.

## 12.- ¿Conoce usted si los precios de venta son fijados en base a los costos?

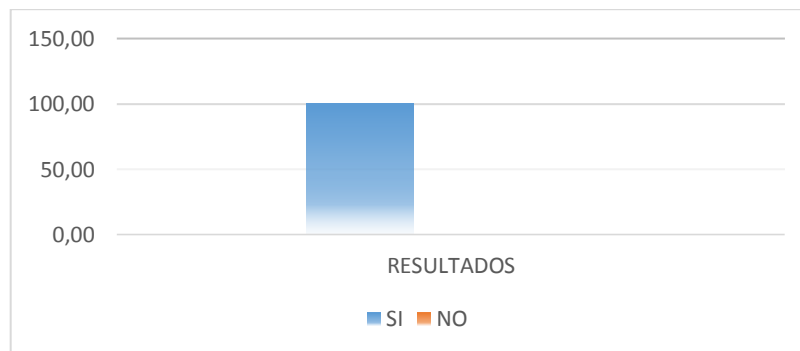
TABLA N° 13. Fijación del precio de venta

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	3	100
No	0	0.00
Total	3	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema.

GRÁFICO N°. 24 Fijación del precio de venta



Fuente: Tabla encuesta Pregunta # 12.

Elaborado por: Paulina Moyolema

### Análisis

El 100 % de los encuestados estiman que el precio de venta está fijado en base al costo ocurrido en la producción.

### Interpretación

Los precios de venta en Indu Jeans son fijados con el propósito de recuperar lo invertido por la fabricación de los jeans, pero al no contar con un sistema de costos se dificulta fijar un precio que cubra el costo de producción real, y se establece un precio de venta en base a costos erróneos.



**13.- ¿Conoce usted exactamente el porcentaje de utilidad en las ventas anuales?**

TABLA N° 14.Utilidad de las ventas

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	2	66.67
No	1	33.33
Total	3	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema

GRÁFICO N°. 25 Utilidad de las ventas



Fuente: Tabla encuesta Pregunta # 13.

Elaborado por: Paulina Moyolema

### **Análisis**

El 33.33 % estima que no conoce el porcentaje de utilidad en las ventas de los jeans, mientras que el 66.67 estima conocer la utilidad de las ventas.

### **Interpretación**

En Indu Jeans el 33.33% de la población conoce la utilidad producida por las ventas, pero se ha observado que el problema se genera porque los precios de venta actuales son fijados de acuerdo al costos de producción incorrectos, lo que provoca variaciones en la utilidad en ventas de los pantalones jeans.

#### 4.1.2 Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta realizada al personal de producción y ventas de la empresa.

##### 1.- ¿Usted cree que existe control en el proceso de producción de los jeans?

TABLA N° 15. Control Proceso de Producción de los jeans

Descripción	Encuesta	Porcentaje
SI	5	17.86
NO	23	82.14
TOTAL	28	100

Tabla 4.1 Encuestas Indu Jeans.  
Elaborado por: Paulina Moyolema

GRÁFICO N°. 26 Control Proceso de Producción de los jeans



Fuente: Tabla encuesta Pregunta #1.  
Elaborado por: Paulina Moyolema

#### Análisis

El 82.14 % de la población responde que en la empresa no cuentan con ningún control en el proceso de producción para la fabricación de los jeans.

#### Interpretación

En Indu Jeans el 82.14% de los encuestados coinciden que el jefe de producción no efectúa controles periódicos en el proceso de producción, efectuándose desperdicios.

## 2.- ¿Utiliza alguna técnica o sistema para determinar los costos de producción?

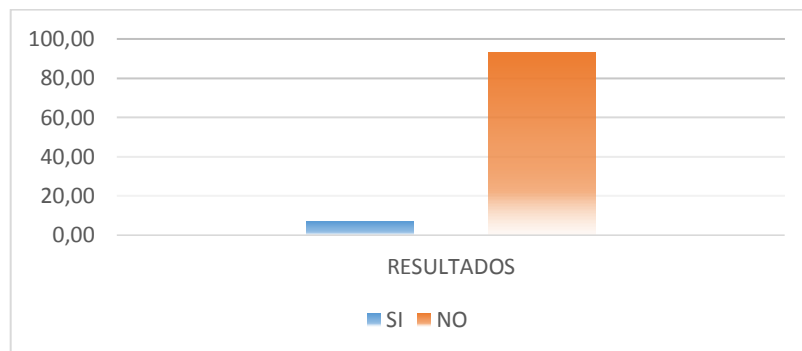
TABLA N° 16. Determinación costos de producción

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	2	7.14
No	26	92.86
Total	28	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema

GRÁFICO N° . 27 Determinación costos de producción



Fuente: Tabla encuesta Pregunta #2.

Elaborado por: Paulina Moyolema

### Análisis

El 92.86 % de la población estima que carecen de algún sistema para determinar los costos y el 7.14 % afirma utilizar alguna técnica, mas no un sistema.

### Interpretación

En Indu Jeans el 92.86 % de los encuestados afirman que la empresa no utiliza un sistema de costos de producción, y no existe personal especializado en el área de los costos, por lo tanto se encaminan a obtener los costos de empíricamente, sin base de ningún método.

### 3.- ¿Conoce que tipo de materia prima utiliza en la empresa?

TABLA N° 17. Tipo de Materia Prima

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	21	75.00
No	7	25.00
Total	28	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema

GRÁFICO N°. 28 Materia Prima



Fuente: Tabla encuesta Pregunta #3.

Elaborado por: Paulina Moyolema

#### **Análisis**

El 75 % estima que identifica a la materia prima que utiliza en la producción de jeans, y el 25% desconoce la el tipo de materia prima utilizada.

#### **Interpretación**

En Indu Jeans el 75 % de los trabajadores encuestados conocen el tipo de materiales que utilizan en la fabricación de los jeans, y el 25% presenta cierta dificultad por el hecho de no tener mucha experiencia en el área de trabajo y no logran identificar con facilidad los diferentes materiales utilizados en la fabricación.

**4.- ¿Identifica usted la cantidad de materia prima directa que utiliza para la elaboración de los jeans?**

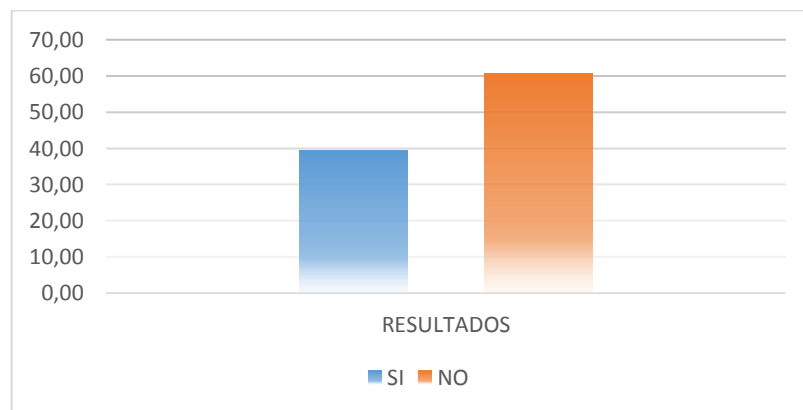
TABLA N° 18. Cantidad de Materia Prima

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	11	39.29
No	17	60.71
Total	28	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema

GRÁFICO N°. 29 Cantidad de Materia Prima



Fuente: Tabla encuesta Pregunta # 4.

Elaborado por: Paulina Moyolema

### **Análisis**

El 60.71 % no identifica la cantidad exacta de materiales utilizados en la confección del jeans, mientras que el 39.29 % conoce la cantidad de materiales utilizados.

### **Interpretación**

En Indu Jeans el 60.71% de los trabajadores encuestados no conoce la cantidad exacta de materia prima utilizada, debido a la inexistencia de los registros de los materiales utilizados en la fabricación de los jeans.

## 5.- ¿Existe desperdicios de la materia prima?

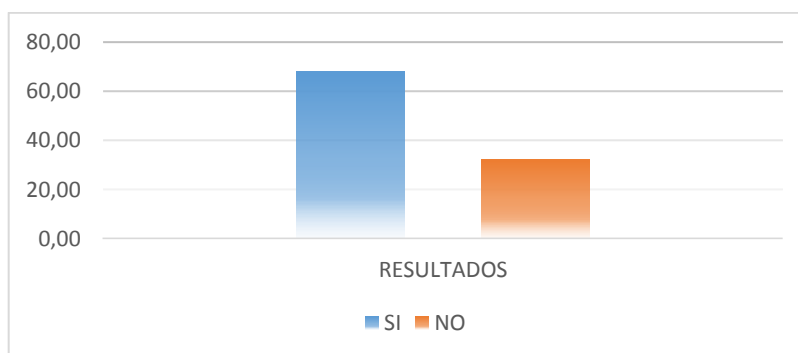
TABLA N° 19. Desperdicios de materia prima

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	19	67.86
No	9	32.14
Total	28	100

**Fuente: Encuestas Indu Jeans.**

**Elaborado por: Paulina Moyolema.**

GRÁFICO N°. 30 Desperdicios de materia prima



**Fuente: Tabla encuesta Pregunta # 5.**

**Elaborado por: Paulina Moyolema**

### Análisis

El 67.86 % estima que existe desperdicio de materiales en la fabricación de los jeans, mientras que el 32.14% asegura que trabajan con cuidado para evitar desperdicios.

### Interpretación

En Indu Jeans el 70.97% de la población encuestada afirma que los materiales (tela) son mal utilizados existiendo por tal motivo desperdicios, provocados especialmente por causa de la deficiencia en las funciones de diseño y corte del personal encargado, además de que no existe mayor control en esa área de trabajo.

## 6.- ¿La mano de obra por el método de maquilas que utilizan es eficiente?

TABLA N° 20. Mano de Obra (Método Maquila)

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	22	78.57
No	6	21.43
Total	28	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema

GRÁFICO N° 31 Mano de Obra (Método Maquila)



Fuente: Tabla encuesta Pregunta # 6.

Elaborado por: Paulina Moyolema

### Análisis

El 78.57 % de los trabajadores encuestados estiman que el servicio de maquilas utilizado en la empresa es eficiente para la producción de jeans.

### Interpretación

El 78.57% de trabajadores estiman que trabajar con maquilas es eficiente debido a la forma de trabajar, pero el 21.43% estima que la empresa debe invertir en maquinaria para que se realice dentro de la empresa y exista mayor control y evitar retrasos en el proceso de producción.

## 7.- ¿La mano de obra por maquilas genera menos costo a la empresa?

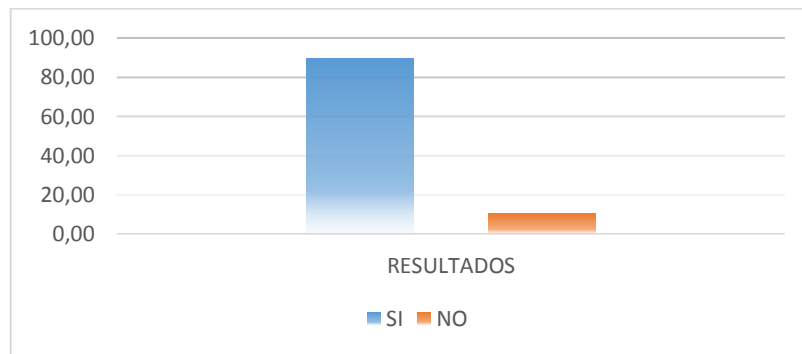
TABLA N° 21. Costo Mano de Obra (Método Maquila)

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	25	89.29
No	3	10.71
Total	28	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema

GRÁFICO N°. 32 Costo Mano de Obra (Método Maquila)



Fuente: Tabla encuesta Pregunta # 7.

Elaborado por: Paulina Moyolema

### Análisis

El 89.29 % estima que trabajar con maquilas ayuda a reducir los costos, pero el 10.71% responde que no hay mucha diferencia.

### Interpretación

El 89.29% de los trabajadores responden que debido a la falta de capacidad de instalación de maquinaria, la empresa contrata maquiladoras, el propósito es para disminuir estos costos e invertirlos en materia prima, pero que a futuro se incrementará la maquinaria requerida para tener mayor control en estas operaciones.



## 8.- ¿Conoce que tipo de Costos Indirectos de Fabricación utiliza?

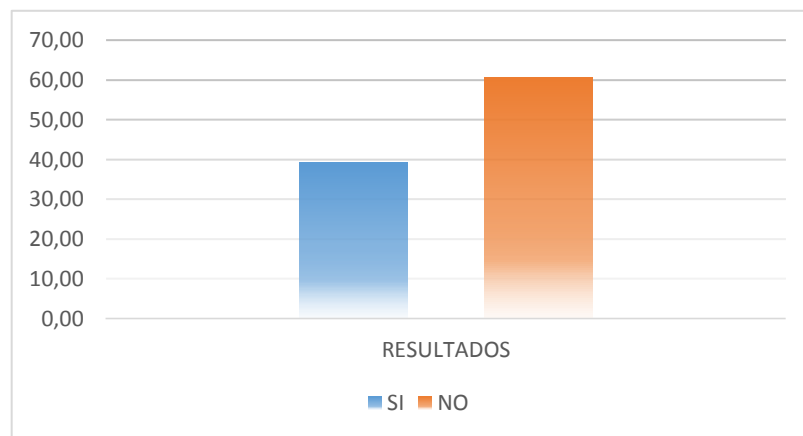
TABLA N° 22. Tipo de Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	11	39.29
No	17	60.71
Total	28	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema

GRÁFICO N°. 33 Tipo de Costos Indirectos de Fabricación



Fuente: Tabla encuesta Pregunta # 9.

Elaborado por: Paulina Moyolema

### Análisis

El 60.71 % estima que no conoce los CIF que utiliza en la fabricación de los jeans, mientras que el 39.29% responde que si conoce los CIF utilizados.

### Interpretación

El 39.29 % de los trabajadores encuestados afirman que conocen el tipo de CIF con los cuales trabajan así como su utilización en la fabricación de los jeans, mientras que el 60.71% desconoce debido a la poca permanencia en la empresa y por la falta de conocimiento sobre costos indirectos.

**9 ¿Usted cree que el precio de venta es competitivo frente a los de la competencia?**

TABLA N° 23. Precio de la competencia

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	19	67.86
No	9	32.14
Total	28	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema

GRÁFICO N°. 34 Precio de la competencia



Fuente: Tabla encuesta Pregunta # 10.

Elaborado por: Paulina Moyolema

### **Análisis**

El 67.86 % de los trabajadores encuestados estiman que el precio de venta es competitivo frente a los de la competencia, mientras que el 32.14% estima que no es muy competitivo.

### **Interpretación**

El 67.86% de los trabajadores encuestados afirman que la empresa fija un precio de venta basado al mercado y en vista de que existe mucha competencia, tratan que su precio este marcado más por la calidad y exclusividad.

## 10.- ¿Conoce usted si los precios de venta son fijados en base a los costos?

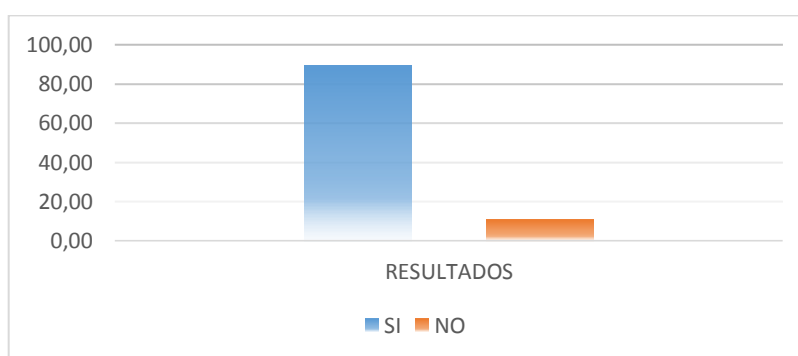
TABLA N° 24. Fijación del precio de venta

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	25	89.29
No	3	10.71
Total	28	100

Fuente: Encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema.

GRÁFICO N°. 35 Fijación del precio de venta



Fuente: Tabla encuesta Pregunta # 12.

Elaborado por: Paulina Moyolema

### Análisis

El 89.29 % de los trabajadores encuetados estiman que el precio de venta está fijado es base a costo, pero el 10.71% estima no conocen cual es la base para fijar los precios.

### Interpretación

El 89.29% de los trabajadores estiman que el precios de venta en Indu Jeans son fijados en base al costo, puesto que producto de la venta de los jeans fabricados la empresa cubrirá todos los costos y gastos ocasionados por la fabricación de los jeans, por lo que es importante obtener un costo exacto para que sea más fácil fijar un precio de venta.

## **4.2 Verificación de la Hipótesis**

Para realizar la verificación de la hipótesis planteada en el presente trabajo investigativo se utilizó dos ítems del cuestionario aplicado, se escogieron a aquellos que tuvieron mucha relación con las variables estudiadas, así también la aplicación y verificación de la hipótesis.

Las preguntas que fueron seleccionadas son el número dos que se refiere a la “determinación de los costos de producción” es decir tiene relación con la variable independiente y también el número doce “fijación de los precios en base a los costos” donde está relacionada con la variable dependiente.

Con la información obtenida y minuciosamente analizada se propone comprobar la hipótesis planteada en nuestra investigación que es “Los costos de producción influyen en la fijación de precios de Indu Jeans”. Pues de acuerdo a al método estadístico se procederá a plantear una hipótesis negativa y positiva, para aplicar y calcular el Chi Cuadrado.

### **4.2.1 Planteamiento de la Hipótesis**

**Hipótesis Negativa (Ho):** Los costos de producción NO influyen en la fijación de precios de Indu Jeans.

**Hipótesis Positiva (Ha):** Los costos de producción SI influyen en la fijación de precios de Indu Jeans.

### **4.2.2 Cálculo de Chi Cuadrado**

Para calcular el Chi Cuadrado se tomó como base las preguntas y respuestas seleccionadas del cuestionario aplicado, en este caso las respuestas presentaron dos alternativas como opción de respuestas (SI-NO), las cuales fueron respondidas a criterio de lo que se presenta en la realidad de la empresa por el gerente, los empleados y obreros de Indu Jeans.

**Pregunta 2. ¿Utiliza alguna técnica o sistema para determinar los costos de producción?**

TABLA N° 25. Determinación de los costos de producción

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	2	6.45
No	29	93.55
Total	31	100

Tabla 4.1 Tabla encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema

**12.- ¿Conoce usted si los precios de venta son fijados en base a los costos?**

TABLA N° 26. Fijación del precio de venta

Descripción	Encuesta	Porcentaje
Si	28	90.32
No	3	9.68
Total	31	100

Tabla 4.1 Tabla encuestas Indu Jeans.

Elaborado por: Paulina Moyolema.

**Frecuencias Observadas y Frecuencias Esperadas**

En el siguiente cuadro se muestra el tratamiento de los datos con el propósito de obtener las frecuencias observadas.

TABLA N° 27. Frecuencias Observadas

PREGUNTAS	SI	NO	TOTAL
2	1	1	2
12	27	2	29
TOTAL	28	3	31

Tabla 4.11 Frecuencias observadas (Encuestas Indu Jeans)

Elaborado por: Paulina Moyolema

Se aplica la siguiente fórmula para obtener de las frecuencias esperadas.

$$Fe = \frac{TF*TC}{TM}$$

**Simbología:**

FE: Frecuencias Esperadas

TF: Total de Filas

TC: Total de Columnas

TM: Total de la Muestra

TABLA N° 28. Frecuencias Esperadas

PREGUNTAS	SI	NO	TOTAL
2	1.81	0.19	2
12	26	3	29
TOTAL	28	3	31

Tabla 4.12 Frecuencias esperadas (Encuestas Indu Jeans)

Elaborado por: Paulina Moyolema

TABLA N° 29. Cálculo para Chi Cuadrado

F.O	F.E	F.O - F.E	(F.O - F.E) <sup>2</sup>	$\frac{(F.O - F.E)^2}{F.E}$
1	1.81	-0.81	0.65	0.36
27	26	0.81	0.65	0.02
1	0.19	0.81	0.65	3.36
2	2.81	-0.81	0.65	0.23
TOTAL				3.98

Tabla 4.14 Frecuencias esperadas (Encuestas Indu Jeans)

Elaborado por: Paulina Moyolema

## Estimador Estadístico Aplicado

$$X^2 = \sum \left( \frac{(f(o) - f(e))^2}{f(e)} \right)$$

### Simbología

$x^2$  = Chi Cuadrado

$\sum$  = Sumatoria

Fo = Frecuencias observadas

Fe = Frecuencias esperadas al cuadrado

### Nivel de significancia

En la comprobación de la hipótesis se ha utilizado 0.5 grados de error:  $\alpha = 0.5$

### Grados de Libertad

Gl= (nf-1) (nc-1)

Gl= (2-1) (2-1)

Gl= 1

### Prueba de Chi Cuadrado

$$X^2 = \sum \left( \frac{(f(o) - f(e))^2}{f(e)} \right) = 3.98$$

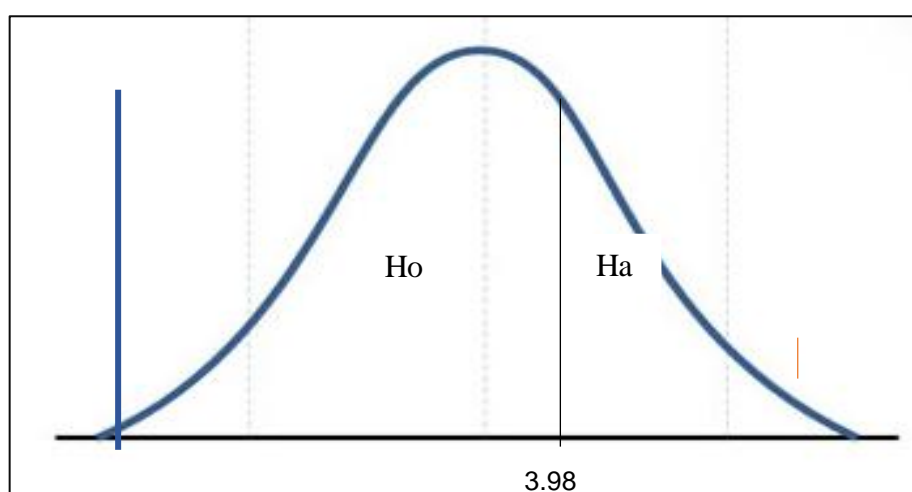
Si  $X^2 c \geq X^2 t$  = Se rechaza la Ho (Hipótesis Negativa)

Entonces  $3.98 \geq 3.84$  Se acepta la Ha (Hipótesis Positiva)

TABLA N° 30. Verificación de Chi Cuadrado

GL	0.5	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
1	0.45	1.32	2.71	3.84	5.02	6.63	7.88	10.83
2	1.39	2.77	4.61	5.99	7.38	9.21	10.60	13.82
3	2.37	4.11	6.25	7.81	9.35	11.34	12.84	16.27
4	3.36	5.39	7.78	9.49	11.14	13.28	14.86	18.47

GRÁFICO N°. 36 Verificación hipótesis



Elaborado por: Paulina Moyolema

El resultado de la aplicación del Chi Cuadrado fue de 3.98 y con un nivel de significancia de 0.5 y un grado de libertad de 1, se rechaza la Ho y se acepta la Ha de la investigación.

En consecuencia se acepta la hipótesis planteada en el proyecto de investigación afirmando que “Los costos de producción SI influyen en la fijación de precios de la empresa Indu Jeans”.

### 4.3 Principales Resultados

El resultado que arroja las encuestas realizadas en la empresa permite afirmar que la determinación incorrecta de los costos de producción afecta a la fijación de



precios, en cierta parte se debe por no utilizar un sistema de costos, así también se pudo verificar como punto clave que no existe control en los procesos de producción, efectuándose desperdicios de tiempo y recursos.

#### **4.4 Limitaciones de Estudio**

Durante la realización del proyecto en cuanto a la obtención de información, no se tuvo ningún inconveniente, gracias a la autorización y colaboración por parte del gerente personal contable y de producción y ventas que abiertamente aportaron en cuanto pudieron al desarrollo de la investigación.

#### **4.5 Conclusiones**

Al realizar el análisis con respecto a la determinación de los costos de producción, se pudo evidenciar que no utilizan un sistema de costos, lo cual afecta a la fijación de precios de los jeans al no asignar los costos que realmente incurren en la producción, factores que impiden mejorar la rentabilidad de la empresa.

El análisis del proceso de producción de Indu Jeans precisó que hasta el momento se conoce el tipo de materia prima, pero al utilizarla es desperdiciada por la deficiencia en las funciones de diseño y corte, afectando al cumplimiento de las estrategias planteadas referentes a la optimización de los recursos y perjudicando directamente a los costos de materia prima.

En cuanto a la mano de obra la capacidad instalada para fabricar los jeans es insuficiente, por lo que no se puede realizar toda la producción en planta propia. En este caso se utiliza el método de producción a través de maquilas, creando desventaja en el control de las operaciones impactando a la calidad y a los costos incurridos.

En relación a los costos indirectos de fabricación debido a los dos modelos de jeans fabricados, no identifican el tipo de CIF utilizados dentro de la producción de cada uno, además sus costos son establecidos presuntivamente y no se utiliza correctamente las bases de asignación.

Por otro lado al evaluar la forma de fijación de los precios de venta de los jeans se encontró que los precios son fijados de acuerdo al costo de producción empírico, y también se considera las políticas para los clientes, además tienen similitud con la competencia. Como no se utiliza un sistema de costos, se dificulta fijar un precio de venta acorde al costo real de la empresa, afectando el incremento de las ganancias.

#### **4.6 Recomendaciones**

Con el propósito de mejorar la determinación, manejo y control de los costos de producción se recomienda implantar un sistema de costos por órdenes de producción, se aconseja este sistema debido a la manera de programar su producción; y porque los jeans son producidos bajo los pedidos y especificaciones de los clientes.

Para iniciar con un adecuado proceso de producción y aprovechar los recursos disponibles en la empresa, se deberá comenzar con una planificación y control de todas las actividades de producción, para evitar desperdicios e incentivar a la optimización de recursos y disminución de los costos de producción.

Es importante implementar el sistema de costos en la empresa, porque controlará los materiales e insumos utilizados en cada proceso de producción, además determinará todos los costos incurridos en la producción de los jeans, y como complemento permitirá fijar los precios de venta, orientados más a los costos reales de producción.

Dar a conocer al personal de INDU JEANS que la implementación de este proceso será en función de mejorar la productividad, e incrementar las ganancias de la empresa.

Para que se cumplan las recomendaciones anteriormente mencionadas se procederá a realizar las siguientes actividades como complemento de la investigación.

## **Modelo Operativo**

### **Sistema de Costos por Órdenes de Producción**

El sistema de costos por Órdenes de Producción responde para aquellas empresas cuyos procesos son dados por órdenes de producción o por pedidos de los clientes y cuyos costos puedan identificarse con el producto en cada orden de trabajo, a medida que se van realizando las diferentes operaciones en orden específico.

Generalmente la unidad de costeo es un grupo o lote de productos iguales, la misma que se emprende mediante la orden de producción.

### **Objetivos de Costos por Órdenes de Producción**

Presentar la producción con un carácter lotificado, que responde a instrucciones concretas y específicas de producir uno o varios artículos o un conjunto similar de los mismos.

Que los costos se pueden identificar con el producto en cada Hoja de Costos por Órdenes de Producción, en donde se detallara los tres elementos del costo que son Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa y Gastos de Fabricación.

El Costo Unitario de Producción se obtendrá dividiendo el costo de cada orden, entre las unidades elaboradas por cada una de ellas.

Implantar políticas para mantener un control de la producción, a fin reducir los desperdicios y optimizar los costos en la elaboración de lotes de producción o de nuevos productos.

Fijar el precio de venta de cada producto, tomando como base el costo real y considerando un porcentaje de utilidad.

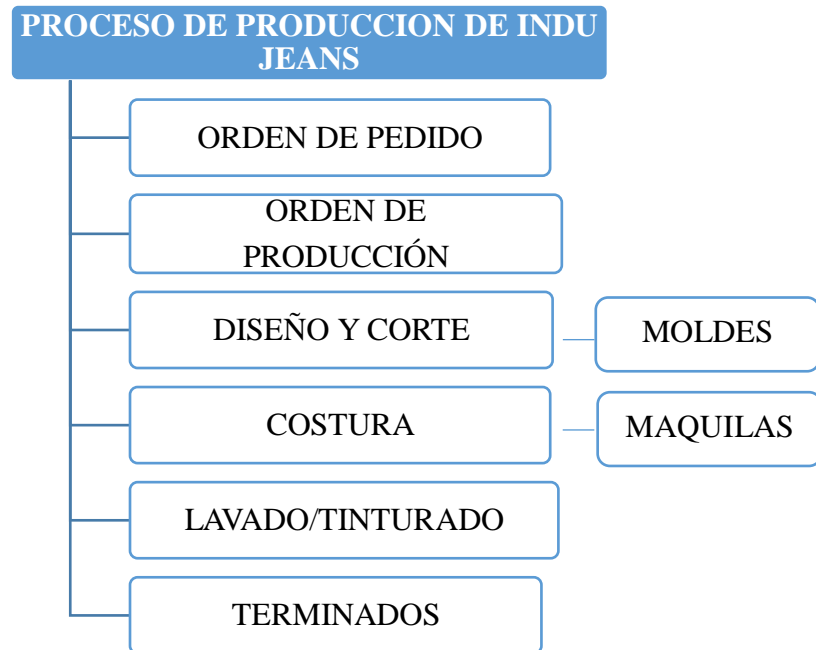
### **Características**

- Permite reunir toda la información más relevante separadamente de cada uno

de los procesos productivos, asignando de esta manera un costo a cada sección ya sea a un producto terminado o en proceso.

- El diseño, medidas, colores, etc., básicamente responden a modelos predefinidos en catálogos o muestras.
- El número de unidades que van a producirse será limitado (una parte puede corresponder a un pedido específico).
- El costo de fabricación será un tanto más bajo que si se produjera bajo pedido; en todo caso, resulta más alto que la producción en serie.
- El precio de venta se fijará a partir del costo y, de la ley de la oferta y la demanda.
- La hoja de costos sirve de documento en donde se acumulan los costos de los distintos recursos utilizados como materia prima, mano de obra y costos indirectos, con la finalidad de determinar el costo unitario de cada producto que se realice.
- La unidad de costeo será el lote de productos.
- El producto será plenamente identificable, cualquiera sea el grado de avance

#### 4.7 Metodología



Elaborado por: Paulina Moyolema

## **FASE 1**

Establecer el Proceso de producción a utilizar de acuerdo a la orden de pedido.

### **OBJETIVO**

Mantener en forma adecuada el conocimiento lógico del proceso de manufactura de cada producto. Así es posible, bajo este de sistema, seguir y controlar en todo momento el proceso de fabricación, y no interrumpir sin perjuicio el proceso de producción.

### **ACTIVIDADES**

- Identificación de todas las actividades que se realiza en cada área del proceso de producción.
- Elaboración de un flujograma de todos los procesos de producción.
- Dar a conocer al personal el proceso de producción a realizarse en cada lote de producción.
- Implantar políticas para la realización de las actividades y utilización de materiales e insumos

### **RESPONSABLES**

Contador: Dra. Martha Vélez

Auxiliar Contable: Zoila Yanchaliquin.

## **FASE 2**

Establecer todos los requerimientos necesarios del producto a fabricar en la orden de Producción.

## **OBJETIVO**

Determinar un diseño adecuado de orden de producción, que contenga todos los requisitos necesarios para realizar la fabricación de los jeans, además que sea una herramienta para que el jefe de producción pueda controlar cada área de producción y dar seguimiento.

## **ACTIVIDADES**

- Diseño y elaboración del formato de Orden de producción.
- El jefe de producción se responsabilizara de cumplir con la orden de producción y de dar seguimiento a la misma.

## **RESPONSABLES**

Contador. Dra. Martha Vélez

Auxiliar Contable: Zoila Yanchaliquin.

Jefe de Producción: Marco Ruiz

## **FASE 3**

Clasificar, asignar los costos directos e indirectos incurridos en la producción y registrarlos en la hoja de costos.

## **OBJETIVO**

Clasificar los costos directos e indirectos, asignar el costo a los productos y registrar los costos acumulados de los tres elementos: materia prima, mano de obra y CIF en la hoja de costos, incurridos durante el proceso de producción de los jeans permitiendo al final tener el valor del costo total.

## **ACTIVIDADES**

- Clasificar los costos directos e indirectos incurridos en el proceso de producción.
- Asignar el costo de materia prima, mano de obra y CIF incurridos en la orden de producción.
- Registrar los costos de materia prima, mano de obra directa y CIF en la hoja de costos para obtener el costo total.
- Determinar el costo unitario de la orden de producción.

## **RESPONSABLES**

Contador. Dra. Martha Vélez

Auxiliar Contable: Zoila Yanchaliquin.

## **FASE 4**

Fijación de Precios de Venta en base al costo de producción.

## **OBJETIVO**

Fijar el precio de venta de los jeans, tomando como base el costo de producción y determinar un considerado porcentaje de utilidad, haciendo referencia el valor de los gastos de administración y venta incurridos en el periodo.

## **ACTIVIDADES**

- Determinar el valor total de gastos de administración y ventas.
- Fijar el precio de venta luego de conocer el costo de producción y el total de gastos.

## **RESPONSABLE**



Contador: Dra. Martha Vélez

# ANEXOS



# ANEXOS # 1

## RUC

		<b>REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES</b> <b>PERSONAS NATURALES</b>		 <i>...le hace bien al país!</i>	
<b>NÚMERO RUC:</b>	1803116464001				
<b>APELLIDOS Y NOMBRE:</b>	PICO MORALES JORGE WASHINGTON				
<b>NOMBRE COMERCIAL:</b>	INDU JEANS				
<b>CONTADOR:</b>	VELEZ TEJADA MARTHA JEANNETTE				
<b>CLASE CONTRIBUYENTE:</b>	OTROS	<b>OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:</b>	SI		
<b>CALIFICACIÓN ARTE SANAL:</b>	S/N	<b>NÚMERO:</b>	S/N		
<b>PEC. NACIMIENTO:</b>	25/12/1974	<b>PEC. INICIO ACTIVIDADES:</b>	31/03/2009		
<b>PEC. INSCRIPCIÓN:</b>	31/03/2009	<b>PEC. ACTUALIZACIÓN:</b>	17/08/2015		
<b>PEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:</b>		<b>PEC. REINICIO ACTIVIDADES:</b>			
<b>ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL</b>					
FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR EN JEAN					
<b>DOMICILIO TRIBUTARIO</b>					
Provincia: TUNGURAHUA Cantón: SAN PEDRO DE PELILEO Parroquia: PELILEO Calle: VIA A GUANTUGSUMO Numero: S/N Referencia: BARRIO EL TAMBO, A SIETE CUADRAS DE LAS CANCHAS DE USO MULTIPLE, CASA DE UN PISO, COLOR BLANCO Telefonox: 032831079					
<b>DOMICILIO ESPECIAL</b>					
S/N					
<b>OBLIGACIONES TRIBUTARIAS</b>					
* ANEXO RELACION DEPENDENCIA * ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO * DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA					
<b># DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS</b>					
<b># DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS</b>	2	<b>ABIERTOS</b>	2		
<b>JURISDICCIÓN</b>	1. ZONA 3. TUNGURAHUA	<b>CERRADOS</b>	0		



REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES  
PERSONAS NATURALES



NÚMERO RUC: 1803116464001  
APELLIDOS Y NOMBRES: PICO MORALES JORGE WASHINGTON

**ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS**

No. ESTABLECIMIENTO: 001 Estado: ABIERTO - MATRIZ F.E.C. INICIO ACT.: 31/03/2009  
NOMBRE COMERCIAL: INDU JEANS F.E.C. CIERRE: F.E.C. FINICIO:  
ACTIVIDAD ECONÓMICA:  
FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR EN JEAN  
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:  
Provincia: TUNGURAHUA Cantón: SAN PEDRO DE PELILEO Parroquia: PELILEO Barrio: EL TAMBO Calle: VIA A GUANTUGSUMO Numero: S/N Referencia: A SIETE CUADRAS DE LAS CANCHAS DE USO MULTIPLE, CASA DE UN PISO, COLOR BLANCO Telefono Domicilio: 032831902 Celular: 0999619982 Email: jorgepico74@gmail.com

No. ESTABLECIMIENTO: 002 Estado: ABIERTO - LOCAL COMERCIAL F.E.C. INICIO ACT.: 29/04/2013  
NOMBRE COMERCIAL: INDU JEANS F.E.C. CIERRE: F.E.C. FINICIO:  
ACTIVIDAD ECONÓMICA:  
VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR EN JEAN  
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:  
Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYAQUIL Parroquia: GUAYAQUIL Calle: AV. 25 DE JUNIO Numero: S/N Interseccion: LAS ESCLUSAS Referencia: A OCHOS CUADRAS DEL PUERTO MARITIMO Celular: 0999619982 Email: jorgepico74@gmail.com



ANEXO # 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA



**ENCUESTA/CUESTIONARIO DIRIGIDO AL GERENTE, PERSONAL DE  
CONTABILIDAD DE LA EMPRESA INDU JEANS**

**OBJETIVO:** Estudiar los costos de producción y la fijación de precios, con el propósito de incrementar la rentabilidad de la empresa INDU Jeans.

**INSTRUCCIONES:** La información obtenida en este cuestionario servirá para realizar la investigación y será utilizada únicamente para fines universitarios.

**DATOS GENERALES:**

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

Cargo que Desempeña: \_\_\_\_\_

**PREGUNTAS:**

1.- ¿Usted cree que existe control en el proceso de producción de los jeans?

SI ( ) NO ( )

2.- ¿Utiliza alguna técnica o sistema para determinar los costos totales de producción?

SI ( ) NO ( )

3.- ¿Conoce que tipo de materia prima utiliza?

SI ( ) NO ( )

4.- ¿Identifica usted la cantidad de materia prima directa que utiliza para la elaboración de los jeans?

SI ( ) NO ( )

5.- ¿Existe desperdicios de la materia prima?

SI ( ) NO ( )

6.- ¿La mano de obra por el método de maquilas que utilizan es eficiente?

SI ( ) NO ( )

7.- ¿Cree que el costo de mano de obra por maquilas genera menos costo a la empresa?

SI ( ) NO ( )

8.- ¿Conoce que tipo de Costos Indirectos de Fabricación utiliza en la producción?

SI ( ) NO ( )

9.- ¿Usted utiliza alguna base de asignación en los CIF?

SI ( )            NO ( )

10 ¿Usted cree que el precio de venta es competitivo frente a los de la competencia?

SI ( )            NO ( )

11.- ¿Se ha establecido alguna política de ventas basada en los precios para sus clientes?

SI ( )            NO ( )

12.- ¿Conoce usted si los precios de venta son fijados en base a los costos?

SI ( )            NO ( )

13.- ¿Conoce usted exactamente el porcentaje de utilidad en las ventas anuales?

SI ( )            NO ( )

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



**ENCUESTA/CUESTIONARIO DIRIGIDO AL PERSONAL DE  
PRODUCCIÓN Y DE VENTAS DE LA EMPRESA INDU JEANS**

**OBJETIVO:** Estudiar los costos de producción y la fijación de precios, con el propósito de incrementar la rentabilidad de la empresa INDU JEANS.

**INSTRUCCIONES:** La información obtenida en este cuestionario servirá para realizar la investigación y será utilizada únicamente para fines universitarios.

**DATOS GENERALES:**

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

Cargo que Desempeña: \_\_\_\_\_

**PREGUNTAS:**

1.- ¿Usted cree que existe control en el proceso de producción de los jeans?

SI ( ) NO ( )

2.- ¿Utiliza alguna técnica o sistema para determinar los costos totales de producción?

SI ( ) NO ( )

3.- ¿Conoce que tipo de materia prima utiliza en la empresa?

SI ( ) NO ( )

4.- ¿Identifica usted la cantidad de materia prima directa que utiliza para la elaboración de los jeans?

SI ( ) NO ( )

4.- ¿Existe desperdicios de la materia prima?

SI ( ) NO ( )

5.- ¿La mano de obra por el método de maquilas que utilizan es eficiente?

SI ( ) NO ( )

6.- ¿Cree que el costo de mano de obra por maquilas genera menos costo a la empresa?

SI ( ) NO ( )

7.- ¿Conoce que tipo de Costos Indirectos de Fabricación utiliza en la producción?

SI ( ) NO ( )

8.- ¿Usted cree que el precio de venta es competitivo frente a los de la competencia?

SI ( )            NO ( )

12.- ¿Conoce usted si los precios de venta son fijados en base a los costos?

SI ( )            NO ( )

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

### ANEXO # 3

#### 1.- Producto terminado línea de producto estrella Kalembu



#### 2.- Coste y Diseño Línea de producto Puro Amor



3.- Producción después de maquilar



4.- Mano de Obra Indirecta (Ojales)



5.- Mano de Obra Indirecta (Remaches)





5.- Almacén de Producto Terminado



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcalá, B. U. (SD de SM de SA). *Biblioteca Univerisdad de Alcalá*. Obtenido de Biblioteca Univerisdad de Alcalá: [http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/tipos\\_de\\_fuentes\\_de\\_informacin.html](http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/tipos_de_fuentes_de_informacin.html)
- Alcarria, J. J. (2009). *Contabilidad Financiera I*. SN: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Anderson, H. R., & Raiborn, M. H. (1985). *Conceptos Basicos de COntabilidad de Costos*. Mexico: Compañía Editorial Continental S.A. DE C.V.
- Arroyo, L. V. (11 de 02 de 2010). *Mailxmail*. Obtenido de Mailxmail: <http://www.mailxmail.com/curso-contabilidad-financiera-basica/estado-resultados>
- Bastos, B. A. (2006). *Fidelizacion del Cliente, Introducción a la Venta Personal y la Direccion de Ventas*. España: Ideaspropias Editorial.
- Behar, R. D. (2008). *Metodología de la Investigación*. Editorial Shalom .
- Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Pearson Educación de México, S.A. de C.V. .
- Chacha, C. (2011). *La Determinacion de los Costos de Produccion y su incidencia en los resultados economicos de Produave CIA LTDA de la ciudad de Riobamba*. Ambato.
- Cuevas, V. C. (S/D de Junio de 2002). *Scielo*. Obtenido de Scielo: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0123-59232002000200001](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232002000200001)
- Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2005). *Negocios*. México: Pearson Educación.
- Eyssautier, d. I. (2007). *Metodología de la Investigación*. México: Edamsa Impresiones S.A. de C.V.
- Fernández, S. A., Aparicio, J. R., & Oliver, M. C. (SD de SM de 2016). *CEF.- Contabilidad*. Obtenido de CEF.- Contabilidad: <http://www.contabilidad.tk/javier-romano-aparicio.html?autor=javier-romano-aparicio>
- Garcés, P. H. (2000). *Investigación Científica*. Quito: Ediciones Abya - Yala.

- García, C. J. (2007). *Contabilidad de Costos*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Gómez, B. O. (2001). *Contabilidad de Costos*. Colombia: McGRAW-HILL INTERAMERICANA S.A.
- Gómez, M. M., Deslauriers, J.-P., & Alzate, P. M. (2010). *Como hacer tesis de maestría y doctorado*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Goxens, D. A. (1969). *Manual de Costos y Contabilidad Industrial*. Barcelona: Marcombo S.A Ediciones Técnicas.
- Guillespie, C. (1981). *Contabilidad y Control de Costos*. Mexico: Diana S.A.
- Gutiérrez, A. (2003). *Curso de Técnicas de Investigación y Metodología del Estudio*. Quito: Ediciones Serie Didáctica A.G.
- Hargadon Jr, B., & Munera Cardenas, A. (1988). *Contabilidad de Costos*. Colombia: Presencia Ltda.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Izquierdo, A. E. (NA). *Investigación Científica*. NA: NA.
- Jiménez, B. F., & Espinoza, G. C. (2007). *Costos Industriales*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Kats, M. (NA de NA de 2011). Obtenido de Epistemología e Historia de la Química – Curso 2011: <http://www.rlabato.com/isp/qui/epistemo-001.pdf>
- Kloter , P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de Marketing*. Mexico: Pearson Educación.
- Kotler , P., Camara, D., Grande, A., & Cruz, I. (2000). *Dirección de marketing*. España: Pearson Educación S.A.
- Kotler , P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos del Marketing*. Mexico: Pearson Educación.
- Kotler, P., Camara, D., Grande, A., & Cruz, I. (2000). *Dirección de marketing*. España: Pearson Educación S.A.
- Lopez, d. P. (S/D de S/M de S/A). *Libros, Bibliotecas, Bibliotecarios*. Obtenido de Libros, Bibliotecas, Bibliotecarios: <http://www.oocities.org/zaguan2000/metodo.html>

- Mera, U. J. (2013). *Los Costos y su Inflencia en la fijacion de precios de las comidas y bebidas del restaurante de la Hosteria Bascú en el año 2011*. Amabto.
- Molina, C. A. (1987). *Contabilidad de Costos*. Quito: Impretec.
- Moreno, C. A. (2000). *Métodos de Investigación y Exposición*. Quito: Corporción Editora Nacional.
- Munch,, L., & Ángeles, E. (2009). *Métodos y Técnicas de Investigación*. México: Editorial Trillas,S.A de C.V.
- Muñoz, R. C. (2011). *Cómo Elaborar y Asesorar una Investigación de Tesis*. Mexico: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Nacional, E. C. (06 de Octubre de 2003). *Decreto Ley de Emergencia 26*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-DE-FOMENTO-ARTESANAL.pdf>
- Oceano, G. (SA). *sn*. España: MMIII EDITORIAL OCEANO.
- Ortega, P. J. (SD de SM de SA). *SN*. Obtenido de SN: <http://app.ute.edu.ec/content/3476-3-7-1-2-12/Libro%20Contabilidad%20de%20Costos.pdf>
- Pasek de Pinto, E., & Matos de Rojas, Y. (NA de NA de 2006). *TELOS.Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/artectexto/TEL/TEL-018/TEL-018-007/texto.pdf>
- Polimeni, R. S., Fabozzi, F. J., Adelberga, A. H., & Kole, M. A. (1994). *Contabilidad de Costos*. Colombia: Nomos S.A.
- Raza, B. F. (1997). *Ciencia, Metodología e Investigación*. México: Longman de México Editores, S.A. DE C.V.
- Rincon S., C. A., & Villareal, V. F. (2010). *Costos Decisiones Empresariales*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Rincon, S. C. (2011). *Costos para PYME*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Rivadeneira, U. M. (SN de SN de 2014). *Eumed.net, Enciclopedia Virtual*. Obtenido de Eumed.net, Enciclopedia Virtual: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1376/index.htm>
- Rojas, M. R. (2007). *Sistemas de Costos. Un proceso para su implementación*. Colombia: Centro de Publicaciones. Universidad Nacional de Colombia.

- Romero, R. (2008). *Contabilidad de Costos*. S/N: Graficas Ruiz.
- Sarmiento, R. (2010). *Contabilidad de Costos*. Quito: Impresos Andinos S.A.
- Sinisterra Valencia, G., & Polanco Izquierdo, E. (2007). *Contabilidad Administrativa*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Soto de V.C, & Vilani.D. (29-30 de Noviembre de 2011). *PARADIGMA, EPISTEMOLOGÍA, ONTOLOGÍA Y MÉTODO PARA LA INVESTIGACIÓN TRANSFORMADORA*. Obtenido de REVISTA ELECTRÓNICA ENCUENTRO TRANSDISCIPLINAR: [http://www.nucleovalencia.com.ve/revista/publicaciones/vilani\\_soto.pdf](http://www.nucleovalencia.com.ve/revista/publicaciones/vilani_soto.pdf)
- Sulser, V. R., & Pedroza, E. J. (2004). *Exportacion Efectiva. Reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador*. Mexico: Isef Empresa Lider.
- Vásconez, A. J. (1996). *Contabilidad Practica de Costos Industrial*. Quito: Cargraphics S.A Imprelibros.
- Vasconez, J. V. (1996). *Contabilidad Practica de Costo Industrial*. Colombia: Cargraphics S.A Imprelibros.
- Zapata, S. P. (2007). *Contabilidad de Costos. Herramienta para la toma de decisiones*. Colombia: McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Zorrilla, S., Torres, M., Cervo, A., & Bervian, P. (2000). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Editorial MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA,S.A.