



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

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

**Tema:**

---

**“Asignación de costos de producción y su incidencia en la determinación del  
precio del producto.”**

---

**Autora:** Suquilanda Lizano, Elizabeth Carolina

**Tutora:** Ing. Moscoso Córdova, Jeanette Lorena

Ambato - Ecuador

2016


## APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Ing. Jeanette Lorena Moscoso Córdova, con cedula de identidad No. 180314809-5, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación sobre el tema: **“ASIGNACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO DEL PRODUCTO”**, desarrollado por Elizabeth Carolina Suquilanda Lizano, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

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

Ambato, Julio del 2016.

EL TUTOR

A handwritten signature in blue ink, reading "Jeanette Moscoso", is written over a horizontal dashed line.

CI: 180314809-5

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Elizabeth Carolina Suquilanda Lizano, con cedula de identidad No. 180446964-9, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto investigativo, bajo el tema: **“ASIGNACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO DEL PRODUCTO”**, 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, Julio del 2016

AUTORA



---

Elizabeth Carolina Suquilanda Lizano

CI: 180446964-9

## CESIÓN DE DERECHOS

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

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

Ambato, Julio del 2016

AUTORA



---

Elizabeth Carolina Suquilanda Lizano

CI: 180446964-9

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DEL GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación, sobre el tema: **“ASIGNACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO DEL PRODUCTO”**, elaborado por Elizabeth Carolina Suquilanda Lizano, 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, Julio del 2016.



Eco. Mg. Diego Proaño

**PRESIDENTE**



Dr. Carlos Barreno

**MIEMBRO CALIFICADOR**



Ing. Mario Rubio

**MIEMBRO CALIFICADOR**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo, plasma uno de mis anhelos personales más importantes, en primer lugar va dedicado a Dios hacedor de todas las cosas, en segundo lugar a mi familia por ser pilares importantes dentro de mi crecimiento personal y profesional porque sentaron en mi bases de responsabilidad y superación entregándome siempre su amor incondicional; pero en especial a mi madre quien siempre fue el impulso, el ejemplo y la palabra de aliento, el “sí se puede” en mi vida diaria.

Finalmente deseo expresar un justo reconocimiento al Taller de Calzado MG Guzmán, por enseñarme que todo lo que uno quiere, se lo consigue con perseverancia, responsabilidad y fe; mismos que a su vez me han permitido culminar con éxito mi carrera profesional.

Elizabeth Carolina Suquilanda Lizano

## **AGRADECIMIENTO**

Además un cálido agradecimiento a mi querida y prestigiosa institución que me dio la oportunidad de formarme como profesional la “Universidad Técnica de Ambato”; a la Ing. Jeanette Moscoso Córdova, por sus valiosos conocimientos y la ayuda brindada durante el proceso investigativo; a mi padre Alcibar Suquilanda por darme la fuerza y el carácter para no rendirme; a mi madre Elizabeth Lizano por ser el apoyo incondicional en todo aspecto, siendo un ejemplo de mujer trabajadora, emprendedora, responsable y sobre todo amorosa, a mis hermanos Alcivar, Erick y Dylan por ser mis momentos de alegría y mi fuerza de superación y finalmente a mis queridos docentes que con su cariño y profesionalismo compartieron cada uno de sus conocimientos para hacer de mí una mejor persona y profesional; a mis grandes amigos que me acompañaron en mi lucha y fueron un apoyo en el transcurso de mi vida universitaria.

Elizabeth Carolina Suquilanda Lizano

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

**TEMA:** “ASIGNACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO DEL PRODUCTO.”

**AUTORA:** Elizabeth Carolina Suquilanda Lizano

**TUTOR:** Ing. Jeanette Lorena Moscoso Córdova

**FECHA:** Julio del 2016

**RESUMEN EJECUTIVO**

El trabajo investigativo tiene el propósito fundamental de responder al problema detectado el mismo, que es: “**Asignación de Costos De Producción y su incidencia en la determinación del Precio del Producto**”, este problema se origina por la falta de controles al momento de asignar tres elementos del costos; el Taller de calzado MG Guzmán al no poseer un sistema de costos es propenso a obtener un costos irreal del producto.

Haciendo referencia que un sistema de costos proporciona tipos de costeo, clasificación de costos y una serie de controles para poder medir los elementos de manera que se pueda cuantificar todos y cada uno de ellos; finalizando con un costos adecuado y fiable para la venta.

La propuesta se fundamenta principalmente en la asignación de los elementos de costos existentes en el taller de calzado MG Guzmán, donde se detallan las fases de asignación utilizadas; las bases de asignación de los rubros y la clasificación de los elementos del costo para la adecuada obtención de un precio de costo.



Una vez realizada la demostración de la propuesta procedemos a la comparación de los precios obtenidos mediante la asignación y los entregados por la empresa; cuantificando los montos de pérdida, por la producción real del mes estudiado.

**PALABRAS DESCRIPTORAS:** CONTABILIDAD DE COSTOS; SISTEMA DE ASIGNACIÓN DE COSTOS; BASES DE ASIGNACIÓN; PRECIO DE COSTO; PRECIO DEL PRODUCTO.

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

**TOPIC: "PRODUCTION COST ALLOCATION AND ITS IMPACT ON THE DETERMINATION OF THE PRICE OF THE PRODUCT."**

**AUTHOR:** Elizabeth Carolina Suquilanda Lizano

**TUTOR:** Ing. Jeanette Córdova Lorena Moscoso.

**DATE:** July 2016

**ABSTRACT**

The research work has the fundamental purpose of responding to the problem detected it, which is: "Cost of Production and its determination in product price", this problem is caused by the lack of controls when assign three cost elements; Workshop footwear MG Guzman does not possess a cost system because is more prone to get a price unreal. Referring to a cost system we know that provides costing types, cost classification and a series of controls to measure the cost elements, so can quantify each and every one of them; getting with an adequate and reliable cost of sale.

The proposal is primarily based on the allocation of existing cost elements in the shoe workshop Guzman MG, where the phases of allocation used are detailed; the basis for allocation of items and the classification of the elements of the costs for obtaining a proper cost.

After the demonstration of the proposal proceeds to the comparison of prices achieved by allocating and delivered by the company; quantifying the amount of loss about actual production of studied month.

**KEYWORDS:** COST ACCOUNTING; COST ALLOCATION SYSTEM; ALLOCATION BASES; COST PRICE; PRODUCT PRICE.

## 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 DEL GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
ABSTRACT.....	x
ÍNDICE GENERAL.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>3</b>
EL PROBLEMA.....	3
1.1.Tema de Investigación.....	3
1.2.Planteamiento del Problema.....	3
1.3.Justificación.....	11
1.4.Objetivos.....	12
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>14</b>
MARCO TEÓRICO.....	14
2.1. Antecedentes Investigativos.....	14
2.2. Fundamentación Filosófica.....	18
2.3. Fundamentación Legal.....	20

2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	22
2.6. SEÑALAMIENTO VARIABLES DE LA HIPÓTESIS.....	62
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>63</b>
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	63
3.1.Enfoque.....	63
3.2.Modalidad básica de la investigación.....	65
3.3.Nivel o Tipo de Investigación.....	66
3.4.Población y Muestra.....	66
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>75</b>
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	75
4.1. Análisis de Resultados.....	75
4.2. Verificación de la Hipótesis.....	88
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>93</b>
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	93
5.1. CONCLUSIONES.....	93
5.2.RECOMENDACIONES.....	94
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>95</b>
PROPUESTA.....	95
6.1 DATOS INFORMATIVOS.....	95
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	96
6.3 JUSTIFICACION.....	97
6.4 OBJETIVOS.....	97
6.5 DEMOSTRACIÓN DE LA PROPUESTA.....	97
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>110</b>

## ÍNDICE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 2.1. Cuadro comparativo entre costeo total o por absorción y costeo directo o variable.....	38
Tabla 3.1. Cuadro comparativo entre paradigma cualitativo y cuantitativo .....	65
Tabla 3.2. Tabla de población MG Guzmán.....	67
Tabla 3.3.- Operacionalización de variable independiente.....	69
Tabla 3.4. Operacionalización de variable dependiente.....	71
Tabla 4.2.1- Cálculo de la t de student.....	92
Tabla 6.1.- Cálculo de la t de student.....	98
Tabla 6.5.1 Asignación de piel por modelo.....	100
Tabla 6.5.2 – Asignación de suelas por modelo.....	100
Tabla 6.5.2 – Asignación de otros materiales directos casual.....	101
Tabla 6.5.3 – Asignación de otros materiales directos bota.....	101
Tabla 6.5.4 – Asignación de otros materiales directos urbano.....	102
Tabla 6.5.5 – Asignación de mano de obra montaje.....	103
Tabla 6.5.6 – Asignación de mano de obra total casual y urbano.....	103
Tabla 6.5.7 – Asignación de mano de obra total bota.....	103
Tabla 6.5.8 – Asignación de costos indirectos de fabricación mpi.....	104
Tabla 6.5.9 – Asignación de costos indirectos de fabricación moi.....	105
Tabla 6.5.10 – Asignación de costos indirectos de fabricación.....	105
Tabla 6.5.11 – Hoja de costos zapato casual.....	106
Tabla 6.5.12 – Representación % elementos del costo casual.....	106
Tabla 6.5.13 – Hoja de costos zapato bota.....	107
Tabla 6.5.14– Representación % elementos del costo Bota.....	107
Tabla 6.5.15 – Hoja de costos zapato urbano.....	108
Tabla 6.5.16– Representación % elementos del costo urbano.....	108

## ÍNDICE GRÁFICOS

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁGINA</b>
Gráfico 1.1.- Árbol de problemas.....	8
Gráfico 2.2.- Constelación de ideas vi.....	23
Gráfico 2.3.- Constelación de ideas vd.....	24
Gráfico 4.1.- Costo adecuado.....	76
Gráfico 4.2.- Producción de calzado.....	77
Gráfico 4.3.- Precio de costo.....	78
Gráfico 4.4.- Registro materia prima.....	79
Gráfico 4.5.- Asignación mano de obra.....	80
Gráfico 4.6.- Costos indirectos de fabricación.....	81
Gráfico 4.7.- Asignación de cif.....	82
Gráfico 4.8.- Precio de inversión.....	83
Gráfico 4.9.- Asignación de costos.....	84
Gráfico 4.10.- Precio de costo tradicional.....	85
Gráfico 4.11.- Precio de mercado.....	86
Gráfico 4.12.- Incidencia en el precio.....	87
Gráfico 4.13.- Utilidad del calzado.....	88

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación busca hallar la incidencia que puede existir entre la asignación de costos y el precio del producto; misma que fue realizada en el taller de calzado MG Guzmán de la ciudad de Ambato. Lo esencial de este proyecto es que nos permitirá realizar un análisis que demuestre que los valores tradicionales no siempre abarcan los valores reales y justos, ya sea para la empresa o para el consumidor.

Hay que tomar en cuenta que este proyecto de investigación propone una manera más óptima de obtener un precio del calzado, mismo que se ve influenciado por la valoración de cada uno de los elementos del costo. Es por eso que se demuestra un sistema de asignación para cada elemento de los costos.

Es por eso que el presente proyecto de investigación se encuentra desarrollado de la siguiente manera:

**CAPÍTULO I. -EL PROBLEMA:** en este capítulo podemos encontrar el tema de investigación, el planteamiento del problema; con su contextualización macro, meso y micro haciendo sintetizas del estado actual del problema de investigación y su importancia en el tiempo, un análisis crítico donde se detalla los elementos constitutivos del problema, demostrando las causas y efectos que se encuentran, la justificación y los objetivos del proyecto de investigación.

**CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO:** este capítulo está conformado por los antecedentes investigativos los cuales resaltan trabajos de problemas similares al expuesto, mismos que nos permiten destacar los resultados y conclusiones de cada proyecto; la fundamentación filosófica nos permite mencionar la posición paradigmática con respecto al problema de estudio y fundamentación legal en la que sustentaremos la investigación, así como también las categorías fundamentales de cada variable y la hipótesis del problema.

**CAPÍTULO III.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN:** está conformado por la modalidad básica de la investigación, misma que se refiere a la descripción de cómo se va a realizar la investigación, nivel o tipo de investigación la cual determina

la profundidad a la que se llegó con la investigación, población y muestra, operacionalización de variables, plan de recolección de información y plan de procesamiento de la información.

**CAPÍTULO IV.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:** este capítulo consta de un análisis de resultados obtenidos de la encuesta realizada, la interpretación de datos que refleja en síntesis lo encontrado en las encuestas y aceptación y verificación de la hipótesis mismas que se obtienen mediante un método estadístico siendo este en la investigación T- Student .

**CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:** en este capítulo se exponen las conclusiones de la investigación realizada, así como también las respectivas recomendaciones al taller de calzado MG Guzmán.

**CAPÍTULO VI.- PROPUESTA:** este capítulo, está integrado por los datos informativos del lugar de aplicación, los antecedentes de la propuesta, justificación, objetivos de la propuesta; así como también muestra un pequeño escenario de la aplicación de la propuesta.



# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA

### 1.1. Tema de Investigación

Asignación de costos de producción y su incidencia en la determinación del precio del producto.

### 1.2. Planteamiento del Problema

#### 1.2.1. Contextualización

##### *1.2.1.1 Macrocontextualización*

Ecuador, un país que maneja su economía a través de una matriz productiva. Luna, (2013) dice *“Una matriz productiva está determinada por la estructura de los sectores de la producción de bienes y servicios, organizada en función de la importancia relativa que cada sector tiene en el desarrollo nacional”*, también dice que una matriz productiva *“debe generar: inversión, producción, empleo, invención, innovación y exportaciones de bienes, servicios y tecnología.”*, sin embargo, a través de los años hemos observado que la matriz productiva del Ecuador en su mayor tiempo, ha sido agrícola, lo cual, ha centrado al país en ciertos lugares determinados en cuanto a su economía.

El Ecuador, en los últimos años ha sufrido cambios significativos en su matriz productiva, uno de ellos es que el poder político-económico se concentró en su sector productivo; tomando en cuenta al petróleo como su producto estrella, mismo que por su incorrecta explotación y producción, y por su inadecuada asignación de costos genera un precio inadecuado precio del producto, el cual es notoriamente insatisfactorio en relación al precio que proporcionaría estabilidad a la economía del país.

*“Ecuador ha evidenciado un importante crecimiento de la industria local durante el 2012, lo cual es un síntoma saludable para la economía nacional”* según el Ministerio de Industrias y Productividad (2013); esto se debe en gran parte, a una serie de cambios

políticos que se han presentado, siendo el más importante; el cambio de matriz productiva.

El Ministerio de Industrias y Productividad (2013) afirma *“Las políticas públicas que hoy se aplican en el campo de la producción generan resultados concretos”*, estos cambios se refieren al crecimiento del sector industrial y la sustitución de las importaciones, permitiendo un ahorro en la economía del país. Es decir que en la actualidad el gobierno de turno se ha visto en la necesidad de producir más, y consumir lo que produce el país; presentando así el cambio en la matriz productiva.

El Ecuador es un país muy productivo, por su diversidad de los suelos, áreas climáticas y mano de obra. En las principales producciones del país teníamos al infaltable banano y petróleo, sin embargo, eso era hasta el 2011 ya que a mediados del 2012, con el cambio de matriz productiva y por el apoyo a las grandes, medianas y pequeñas industrias empezaron a sobresalir en la producción del Ecuador.

Enfocándonos a la parte del sector productivo que nos compete, hablaremos de la producción nacional del calzado. En un extracto de la Revista Lideres, según la Cámara de Calzado de Tungurahua (2012) *“señalan que de los 15 millones de pares de zapatos que se producía en el 2008, se pasó a 28,8 millones en el 2011”*, esta información revela lo antes mencionado; es decir, los cambios en la matriz productiva del país; y de cómo su apoyo incidió en la producción de calzado.

El Universo (2015) al ser uno de los periódicos de mayor circulación indica *“el repunte que tuvo la industria al encarecerse el producto importado, la apertura de nuevos talleres, la variedad del zapato ecuatoriano y mayor aceptación de la población.”*; provocando una estadística favorable en que consiste en el incremento de calzado nacional de 1,2 pares a 2, 3 pares de zapatos por ecuatoriano.

Sin embargo; El Universo (2015) indica las problemáticas en las que se encuentra el país diciendo *“la industria enfrenta problemas: alto costo de las materias primas, la falta de mano de obra calificada y la competencia desleal de quienes no cumplen las normas laborales, o el ingreso de zapatos de contrabando de Perú o Colombia y que luego se etiquetan como hechos en Ecuador”*, provocando un ineficiente precio de los productores ante su competencia.

### 1.2.1.2 Mesocontextualización.

La provincia de Tungurahua, una provincia progresista; considerada así por la mano de obra de sus habitantes, que han sabido sobresalir pese a las circunstancias que se les presenta.

En un extracto del periódico de la ciudad de Ambato El Heraldo (2010) “Una vez realizado el V Foro Latinoamericano del Calzado en Ambato, se le denominó como la capital mundial de calzado” mostrando que la provincia es poseedor de un gran motor industrial, debido a que en esta, existen industrias vitales para el desarrollo económico de la provincia como la textil, agraria, automotriz etc., concluyendo que la provincia de Tungurahua es el principal productor de calzado a nivel nacional.

PROVINCIA	PRODUCCIÓN %
<b>Tungurahua</b>	44%
<b>Pichincha</b>	28%
<b>Austro</b>	20%
<b>Resto del País</b>	8%

**Tabla 1.1.** Producción Nacional de Calzado

**Fuente.-** Cámara de Calzado de Tungurahua (2010)

“Este año están registrados 4500 productores, a escala nacional; entre grandes, medianos y artesanos. De esta cantidad, el 50% pertenecen a la provincia de Tungurahua”, indica la Cámara de Calzado de Tungurahua (2012). También expresa que la producción de calzado se centra en su mayoría en la provincia, añadiendo “en Tungurahua existe una amplia gama de productores micros, pequeños y medianos empresarios que mantienen sus talleres y fabrica en parroquias rurales como Ambatillo, Atahualpa, Huachi, Izamba, Picaihua, Cevallos, Quisapincha y Totoras”.

En la Prensa Electrónica El Ciudadano (2015); alega “según datos de la Caltu en el 2008 existían 600 productores de calzado en el país, ahora se registran alrededor de 5.000, por lo que en el 2014, la producción nacional de calzado fue de 35 mil millones de dólares.”

A pesar de esto, las empresas y talleres de calzado de la provincia presentan problemas

que afectan varios aspectos a nivel empresarial; sin embargo, nos basaremos en el problema más común en cuanto a los talleres artesanales; siendo está la inadecuada asignación de los costos, la cual se da por un sistema de costos tradicional, es decir, que en su mayoría el sistema de costos que poseen es por costumbre y no cumplen con las recomendaciones de la aplicación de un sistema que permita determinar un precio de costo del producto adecuado y satisfactorio para el cliente y la empresa.

La asignación de los costos afecta el precio de costo a nivel empresarial debido al incremento considerable de la competencia en el mercado de calzado, es por eso que el precio de venta del calzado sobre pasa la importancia en la investigación, puesto que al no determinar correctamente el costo de un producto las personas vinculadas a este mercado, son más propensas a la pérdida; por lo que su meta se convierte en eliminar el stock que poseen con la esperanza de recuperar lo invertido.

Según (Mercurio, 2014) periódico de mayor circulación en la ciudad de Cuenca dice *“Producir calzado en Cuenca es un reto, no solo para quienes trabajan artesanalmente, sino a gran escala; no únicamente por el variante costo de la materia prima, sino por la competencia desleal que les genera la introducción del zapato proveniente de Perú, Colombia y China, que es más barato.”* lo que nos indica que uno de los factores claves para el costo de un producto es el valor de los elementos del costo; los cuales deben ser asignados de manera adecuada para obtener un costos que supla los desafíos para los productores de calzado.

#### *Micro Contextualización.*

En el cantón Ambato, Parroquia Atahualpa, sector Macasto, se encuentra situado el Taller de Calzado MG Guzmán, el mismo que ha presentado varios problemas al momento de identificar el adecuado precio de venta para su producto.

Tomando como referencia la contabilidad de costos, podemos analizar varias causas que nos pueden llevar a este problema. La inexistencia de un sistema de costos presenta muchas causas, que provoca que la empresa o el taller no concreten con su objetivo.

Al no establecer una adecuada asignación de sus costos, surge una compra excesiva de materia prima; ya sea para suplir pedidos de clientes existentes o futuros, como

también para proveer una supuesta escases de materiales en la producción, saturando así el inventario de materia prima y el de producto terminado.

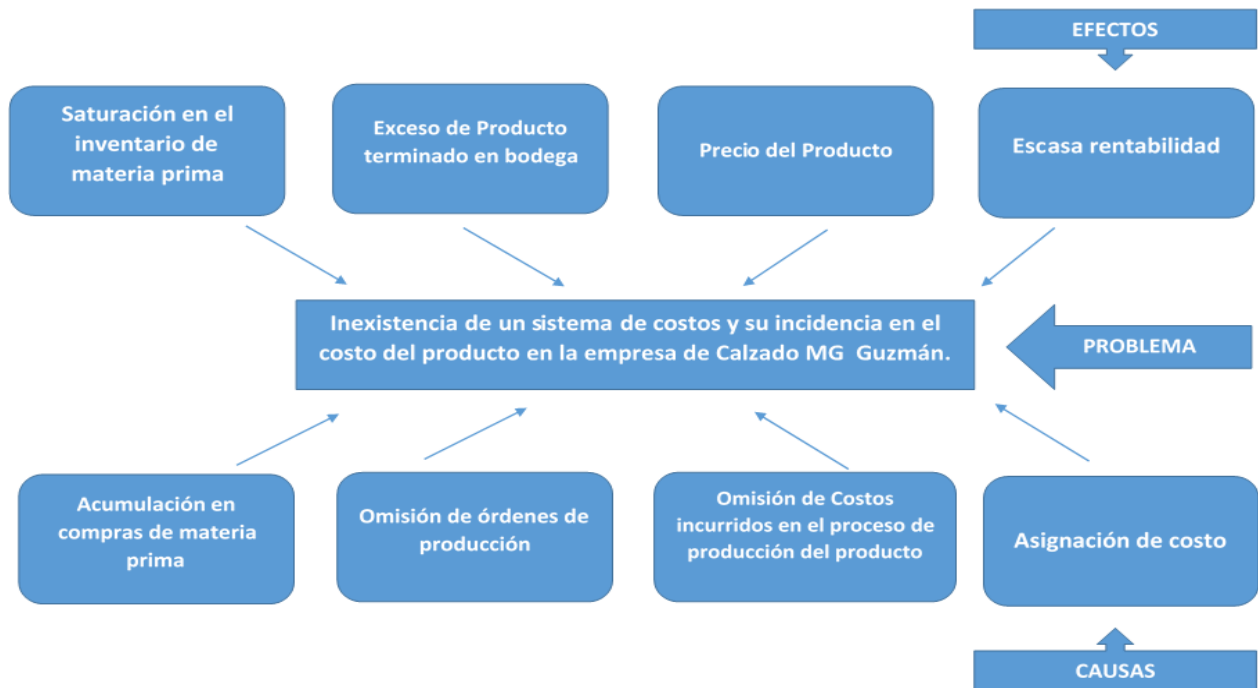
A su vez se puede provocar una producción excesiva, ya que ante la necesidad de cubrir pedidos de clientes, y la misma demanda de la empresa en su local matriz, provoca una producción impulsiva, sin tomar en cuenta que el calzado muchas de las veces es impulsado por un deseo de moda o vanidad; provocando que el producto ya terminado se vaya acumulando en las bodegas, los mismos que después de determinado periodo, van perdiendo su valor agregado en tendencias, dejando como una alternativa de recuperación el remate del producto, a precios que no abastece el precio de costo.

Otra causal provocada por la inaplicación adecuada de un sistema de costos es la insuficiente distribución de los costos indirectos de fabricación, ya que al poseer la empresa o un taller gran variedad de modelos cada uno presenta, uno que otro gasto adicional. Así mismo la distribución de los costos indirectos no son los mismos por lo que, ciertos productos pueden estar ganando o perdiendo su costo por la complejidad que cada modelo de zapato amerita, provocando un inadecuado precio de costo y venta.

La asignación de los costos es importante porque al saber la importancia de cada uno de los costos y gastos efectuados por la empresa o taller, nos ayuda a obtener el costo real de producto; por un sistema de absorción de costos; pudiendo efectuarse por un método directo, el cual toma en cuenta los gastos antes mencionados al final del periodo contable. Esto como efecto tiene una escasa rentabilidad y una posible pérdida en el capital de la empresa.

Es por eso que centraremos la investigación en el Taller de calzado MG Guzmán; para saber cuál es la magnitud de su conocimiento en cuanto a la obtención de un precio de costo y venta del producto.

### 1.2.2. Análisis Crítico



*Gráfico 1.1.- Árbol de Problemas  
Elaborado por: Suquilanda, C (2015)*

En sí, el taller de calzado que no cuente con un sistema de costos, tiene como resultados efectos negativos en varios escenarios, siendo el primero de estos su incidencia en la determinación del precio del producto.

La inexistencia de un sistema de costos puede causar una afluencia en las compras de materia prima, ya que al no saber específicamente la cantidad necesaria a producir, el jefe de compras adquiere mercadería para almacenar, en esperanzas de que surja un nuevo pedido. Como efecto a esto podemos observar que provoca una saturación en el inventario de materia prima, el mismo que con gran dificultad podrá salir en futuros pedidos, ya sea por la preferencia a nuevas tendencias en modelos o por nuevos estilos de calzado.

A sí mismo, la influencia de compras provocada por la inexistencia de un sistema de costos puede repercutir en la saturación de la materia prima, lo cual induce en el momento de producir el calzado, puesto que para evitar la acumulación del mismo; se procede a elaborar zapatos, que por motivos de modelos o tendencias no cuenta con

acogida del público consumidor, ya sea este al por mayor o menor, provocando rebosamiento o acumulación del mismo.

En cuanto a la relación del incremento en las compras de materia prima se puede decir, que afecta al precio del producto al momento de su valoración; puesto que al calcular sus costos de manera tradicional no toman como referencia los nuevos precios de adquisición de materia prima; dando paso a pérdidas en su periodo.

En conclusión en cuanto a la afluencia de compras, sin lugar a dudas produce un efecto negativo en la obtención de rentabilidad del taller, ya que por acoger nuevos mercados el taller se dirige a la oferta de nuevos modelos, siendo estos de materiales muy diferentes a los ya existentes en bodega, provocando más saturación y gasto en los materiales primos.

La inexistencia de un sistema de costos, nos abstiene de saber el nivel de producción que posee la empresa, en cuanto a los pedidos programados con anterioridad por los clientes, llevándonos no solo a una producción excesiva, sino a tener como efecto que el calzado se encuentre saturado en las bodegas, sea por devoluciones de los clientes o por la alta producción de calzado que se encuentra fuera de la orden de pedido.

La omisión de órdenes de pedido por parte de los clientes, afecta el precio de venta ya que por despachar el calzado ya realizado, se procede a bajar el precio, siendo este el único que permita recuperar lo invertido exceptuando el margen de utilidad.

La escasa rentabilidad se debe a la omisión de órdenes de producción, considerando que al mantener la línea de calzado en bodegas genera gastos; mismos que en sus libros de ingresos y egresos no se ven reflejados, ni recuperados en el precio del calzado.

La distribución y omisión de los costos incurridos en el proceso de producción, causada por la inexistencia de un sistema de costos, puede provocar un descenso en el precio del producto, esto se debe a que, al no saber cuál es la asignación de los costos; no se sabe cuan significativo será el valor a cargar en el costo del mismo, incitando a su vez un ingreso no tan significativo o una pérdida en la rentabilidad.

La asignación de costos es de gran importancia, puesto a que se refiere no solo a la

clasificación de costos, sino también a cuales de estos vamos a tomar para calcular el precio de venta, alcanzando así, un adecuado control en la producción, que reflejara de forma significativa una posible ganancia o pérdida, llevando al taller a una incorrecta toma de decisiones.

En conclusión, mi problema de investigación se enfocará a la asignación de costos puesto, que nos permite clasificar los costos, distribuirlos de manera equitativa y correcta de acuerdo a las bases de asignación poniendo como prioridad costos beneficio en relación a los costos incurridos para una producción; siendo en este caso la producción de calzado.

### **1.2.3. Prognosis**

Si el taller carece de un sistema de costo, la asignación de los costos unitarios de producción en las líneas de productos serán inexactas, por lo que debido a la variedad de modelos, ciertos productos absorberán costos que no corresponden, mientras que otros presentaran aparentemente márgenes de rentabilidad altos, debido a que no se han asignado los costos que corresponde a la complejidad de su elaboración.

Esto conducirá a la toma de decisiones equivocadas; como supresión de líneas con baja rentabilidad, compras excesivas e innecesarias de material primo, creando así prejuicios económicos en el taller, como la pérdida de clientes y proveedores.

Es necesario que se actualice el conocimiento de la contabilidad de costos y se mejore con brevedad un básico conocimiento de un sistema de costos para fortalecer la asignación de costos en conjunto de su credibilidad; sin embargo, esto también se deberá a la adecuada obtención en el precio de costo del producto, para así presentar una coherente razonabilidad en la información financiera, caso contrario producirá un incremento lento sobre la liquidez y el capital, poniendo en riesgo el desarrollo del taller y sus empleados.

### **1.2.4. Formulación del Problema**

¿Cómo incide la asignación de costos de producción en el precio del calzado en el Taller de Calzado MG Guzmán?



### **1.2.5. Interrogantes**

¿Qué tipo de sistema de asignación de costos aplica actualmente el Taller de Calzado MG Guzmán para su producción?

¿Por qué el gerente - propietario de la empresa debe tomar en cuenta los diferentes sistemas en asignación de costos para calcular el precio de costo del producto?

¿Qué tipo de asignación de costos es el indicado para establecer un adecuado precio de costo?

### **1.2.6. Delimitación del Objeto de Investigación**

***Campo:*** Contabilidad

***Área:*** Costos

***Aspecto:*** Asignación de costos y precio del producto.

***Delimitación Espacial:*** La presente investigación se realizara en el Taller de calzado MG Guzmán; el cual se encuentra ubicada en la parroquia Atahualpa; sector Macasto en la calle Batallón Cayambe y Pasaje Danubio.

***Delimitación Temporal:*** El taller lleva funcionando aproximadamente 31 años; es por eso que nos basaremos en un tiempo de investigación comprendido de un mes, mismo que considero adecuado y suficiente para centrarnos de manera factible a obtener diferencias en los resultados en los costos del producto.

***Delimitación de Población:*** La presente investigación, nos proveerá de información el Sr. Gerente- Propietario del Taller; así como también la Sra. o Srta. Jefe de Producción; Contadora y otras personas que se involucren en la obtención del costo del producto; mismas que se encuentran al tanto de los problemas y necesidades de la empresa.

### **1.3. Justificación**

Este trabajo de investigación se justifica en su importancia práctica y funcional, ya que al realizar esta investigación obtendremos buenos resultados que contribuirán para el

desarrollo del Taller, así como también beneficiara a aquellas personas que conforman el taller. Esta investigación puede ser considerada como una guía para el mejoramiento de la asignación de costos, para establecer un costo de producción adecuado al producto y un precio de venta apto; que proporcione una rentabilidad necesaria para la reinversión en la producción.

Toda empresa o taller dedicado a la elaboración artesanal de calzado necesita de información constante, resumida y analizada sobre sus problemas de costos. Por esta razón, esta investigación se ve reflejada al mejoramiento de un sistema de asignación de costos, que fortalezca la asignación de costos, logrando así una rentabilidad adecuada a las necesidades del taller que le permitan asegurar la permanencia en el mercado del calzado.

La investigación que se propone se justifica por el impacto que esta representa, debido al beneficio económico que se va a alcanzar; ya que, tanto el mejoramiento del sistema de asignación de costos y a la correcta aplicación del precio de venta en sus productos, se reflejara en la rentabilidad y capital de la empresa; lo mismo que beneficiará al propietario y a sus empleados, como también al campo económico- productivo de la provincia y el país.

La investigación se justifica por su factibilidad, ya que es susceptible a realizarse, para esta se dispone de los parámetros necesarios como son: tiempo suficiente para su desarrollo, acceso a fuentes de información, la posibilidad de aplicar los diferentes tipos de investigación, disponibilidad de recurso humanos, materiales, tecnológicos y sobre todo la disposición y voluntad para cumplir con el trabajo de investigación.

## **1.4. Objetivos**

### ***1.4.2. Objetivo General***

Analizar el sistema de asignación de costos y su incidencia en la determinación del precio del producto del Taller de Calzado MG Guzmán.

### ***1.4.3. Objetivos Específicos***

- Analizar el sistema de asignación de costos del taller de calzado MG Guzmán.

- Establecer los métodos de determinación del precio de venta en función del costo.
- Proponer una asignación de costos adecuada para la determinación del precio de costo de los productos del Taller de Calzado Mg Guzmán.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes Investigativos

Tomando en cuenta que el problema al que se enfrenta las empresas de Calzado es muy común en las de tipo industrial, nos hemos visto en la necesidad de recurrir a métodos investigativos, y así ver si hay una investigación parecida a la nuestra.

De igual manera al aplicar el método de análisis y el deductivo, hemos encontrado que a nivel global existen trabajos investigativos de diferentes países y autores de los cuales hemos tomado algunos de ellos para hacer referencia a cada variable:

El trabajo investigativo de Mora (1997) denominado, “*Propuesta de Diseño de un Sistema de Costos para la Empresa Industrias Lácteas La Fe, C.A.*”, tesis inédita, en este trabajo se planteó como objetivos: a) “*Elaborar la propuesta de diseño de un sistema de costos para la empresa Industrias Lácteas La Fe, C.A.*” b) “*Identificar el proceso productivo que realiza la industria en la elaboración del producto.*” y c) “*Identificar los costos de materia prima, mano de obra y costos indirectos asignados a los productos fabricados.*”, esta investigación fue desarrollada con un profundo trabajo de campo, utilizando las técnicas de la entrevista, revisión de documentos de la empresa, fuentes bibliográficas y observación, mismas que le permitieron recoger información de fuente primaria. Los datos obtenidos se recolectaron, se ordenaron, clasificaron y vaciaron en fichas atendiendo a un esquema de trabajo, en el cual se categorizaron y agruparon los datos por unidades de investigación, por áreas y por tipo de preguntas. La autora verifico su hipótesis mediante un análisis cualitativo, que le permitió entre otras cosas llegar a las siguientes conclusiones:

- a) *La consecución del presente trabajo de investigación es el resultado de una exhaustiva revisión bibliográfica, cuyas bases se encuentran sustentadas en el estudio de los sistemas de contabilidad de costos, como instrumento de información válida, oportuna y confiable del cual disponen las empresas para alcanzar las metas trazadas.*

b) *El desarrollo práctico del trabajo de investigación se realizó específicamente en la empresa Industrias Lácteas La Fe, C.A., la cual tiene como objetivo la producción industrial de quesos; esta semana se encuentra domiciliada en la ciudad de San Felipe, Estado Yaracuy.*

c) *De acuerdo al diagnóstico realizado en la empresa Industrias Lácteas La Fe, C.A., se observó que la misma no posee un sistema de contabilidad de costos, acorde a las necesidades y características de la empresa.*

En el trabajo investigativo de Cabrera (2012) denominado, “*Implementación de un Sistema de Contabilidad de Costos y su incidencia en la Presentación de Estados Financieros de la Empresa Siderúrgica Fundiciones Aceros Industriales Mejía Villavicencio Fiam Cía. Ltda.*”, tesis inédita, este trabajo se planteó como objetivos: a) “*Determinar el costo de las materias primas, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación incurridos en un proceso específico o departamento con destino a la planeación y control administrativo de las operaciones de la empresa.*”, b) “*Determinar el costo de los inventarios de productos en proceso y productos terminado, tanto unitarios como totales con miras a la presentación en el balance general*”, c) “*Proporcionar suficiente información en forma oportuna a la gerencia que permita la toma de decisiones adecuadas relacionadas con los objetivos de la organización.*”. Esta investigación fue desarrollada con un profundo trabajo de campo utilizando la técnica de la Entrevista, la que le permitió obtener información de fuente primaria. La autora verificó su hipótesis mediante un análisis cualitativo, que le permitió entre otras llegar a las siguientes conclusiones:

a) *En la actualidad la empresa no cuenta con un sistema de costos; y el precio final de los productos terminados son calculados de manera estimativa de acuerdo a la experiencia en trabajos realizados en años anteriores.*

b) *La contabilidad de la empresa que se aplica es de una empresa comercial en donde los costos son enviados directamente al gasto, no se establece cuentas de costos en los balances.*

c) *La empresa tiene un costo amortizado muy alto en sus inventarios de materia prima en el 2011 debido a su ineficiente política de compras.*

Analizando las investigaciones realizadas observamos que toman muy en cuenta la importancia de un sistema de costos para la asignación adecuada de los elementos del costo y a pesar de que algunas empresas ya cuenta con un sistema de costos, muchas de las veces no es adecuada a sus necesidades; ya que prefieren basarse a costos estimados que proporcionan algunas personas por su larga experiencia, asumiendo que los costos reflejan la inversión realizada, es por eso, que en su mayoría los costos no expresan correctamente el costos invertidos en el producto.

Trabajo investigativo Chicaiza (2005) denominado, “*Diseño e Implementación de un Sistema de Costos de Producción para La Nuez de Macadamia; Estudio del caso de la Empresa Pecuaría Agroindustrial La Vía Láctea S.A.*”, tesis inédita, este trabajo se planteó como objetivos: a) “*Diseñar un sistema de costos de producción para la nuez de macadamia, que le permita a la empresa Pecuaría Agroindustrial La Vía Láctea S.A., obtener resultados oportunos para la toma de decisiones.*” b) “*Recolectar información necesaria sobre la situación actual del sistema contable del proceso de producción de la Nuez de Macadamia.*” y c) “*Analizar la situación actual del proceso de producción en la empresa.*”, esta investigación fue desarrollada con un profundo trabajo de campo, utilizando las técnicas de observación y entrevistas, mismas que le permitieron recoger información de fuente primaria. La autora verifico su hipótesis mediante un análisis cualitativo, que le permitió entre otras llegar a las siguientes conclusiones:

a) *La contabilidad de costos es una fase ampliada de la contabilidad general y financiera, de una entidad industrial, mercantil, agrícola, que proporciona rápidamente a la gerencia los datos relativos a los costos de producir o vender cada artículo, facilitando la preparación de informes en los cuales se fundamentan las decisiones de la gerencia, ya que un adecuado sistema de contabilidad de costos no solo se limita a la función contable, sino también a llevar el control de costos, que no es otra cosa que una forma de manejar de mejor manera los recursos con que cuenta la empresa.*

b) *En la realización del presente trabajo se ha puesto énfasis en la manera como se deberá cuantificar y asignar los costos en el proceso de producción de la macadamia, para determinar el precio de venta y el margen de utilidad*

*que los administradores deseen obtener.*

*c) Se encontró que dentro de esta existen fallas a nivel operativo y contable relevantes que deben ser corregidas para mejorar notablemente el desarrollo de la actividad realizada en ella, con el fin de optimizar el proceso administrativo que le permita a la gerencia tomar decisiones a través de esta información.*

Trabajo investigativo Ponce (2005) denominado, “*Estudio de Factibilidad para el establecimiento de costos en una fábrica de galletas enriquecidas con proteína de soya en la CD. De Huajuapán de León, Oaxaca.*”, tesis inédita, este trabajo se planteó como objetivos: a) “*Determinar la factibilidad de mercado, técnica, económica y financiera del establecimiento de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de galletas enriquecidas con proteína de soya, en la Cd. De Huajuapán de León, Oaxaca.*” b) “*Realizar un estudio de mercado para determinar las posibilidades de introducción y comercialización del producto, a través de la cuantificación de la oferta y demanda de las galletas, y el análisis de los precios de canales de comercialización.*” y c) “*Determinar la factibilidad técnica del proyecto que comprende el análisis de la materia prima, la ingeniería del proyecto, el tamaño óptimo y distribución de la planta.*”, esta investigación fue desarrollada con un profundo trabajo de campo, utilizando las técnicas de la investigación documental, investigación de campo como: encuestas, pruebas organolépticas y entrevistas, las mismas que le permitieron recoger información de fuente primaria. Los datos obtenidos se recolectaron, se ordenaron y se clasificaron a un esquema de trabajo. La autora verificó su hipótesis mediante un análisis cualitativo, que le permitió entre otras llegar a las siguientes conclusiones:

*a) El producto que se ofrece presenta un alto contenido nutricional, superior a cualquier producto que se comercializa en el mercado, de ahí la importancia de evaluar su rentabilidad económica.*

*b) Se determinó que las galletas enriquecidas con proteína de soya son aceptadas por los niños, jóvenes y adultos, cuya compra se realiza por impulso.*

*c) Se determinó que la ciudad de Huajuapán cuenta con la infraestructura adecuada para la instalación de la empresa.*

Estos dos autores expresan que al poseer un adecuado sistema de asignación de costos se obtiene una mayor optimización en sus materiales; un sistema de costos debe tener en claro la capacidad instalada, los recursos y el aprovechamiento que se le puede dar a cada uno de ellos logrando así una óptima asignación de costos y recurso; obteniendo una favorable rentabilidad y una acertada toma de decisiones.

## **2.2. Fundamentación Filosófica**

Según Guadarrama (2012), *“la investigación científica es un proceso de ejercicio del pensamiento humano, que implica la descripción de aquella porción de la realidad que es objeto de estudio, la explicación de las causas que determinan las particularidades de su desarrollo, la aproximación predictiva del desenvolvimiento de los fenómenos estudiados, la valoración de las implicaciones ontológicas de los mismos, así como la justificación o no de su análisis”*.

Según Cook, (2005). “El concepto de paradigma procede de Kuhn 1962, 1970). Patton (1978) define paradigma como *“una visión del mundo, una perspectiva general, un modo de desmenuzar la complejidad del mundo real. Como tales, los paradigmas se hallan profundamente fijados en la socialización de adictos y profesionales; los paradigmas le dicen lo que es importante, legítimo y razonable. Los paradigmas son también normativos; señalan al profesional lo que ha de hacer sin necesidad de prolongadas consideraciones existenciales o epistemológicas”*.

La investigación se fundamenta en la normativa del paradigma mixto, es decir, cualicuantitativo. El enfoque cualitativo también conocido como naturalista o humanista, tiene como finalidad que se comprenda e interprete la realidad que se atraviesa, que se entienda todos y cada uno de los significados de las personas, percepciones, intenciones y acciones en el ambiente interno de la empresa.

La realidad a la que se enfrenta tendrá una visión dinámica, porque permite adaptarse a los diferentes escenarios existentes en el taller; holística, porque está dirigida a todo el ambiente interno de las empresas; además será construida y divergente. Ya que así podremos saber a qué solución podemos recurrir para afrontar la disyuntiva existente en el taller.



La investigación que se propone, busca que la relación sujeto- objeto sea dependiente ya que el compromiso que se produzca, involucre tanto al sujeto como al objeto, por lo que al tomar en cuenta los valores de la normativa a aplicarse se debe mantener una afilante relación haciendo que influya de manera directa en la investigación.

En la investigación nos centraremos en la mitología cualitativa, debido a que esta normativa se basa en descripciones que obtenemos a consecuencias de las conductas humanas, obteniendo como las mismas definen su mundo y su entorno, así mismo la teoría de este paradigma cualitativo proporciona nueva información ya sea para reforzarla o para actualizarla.

Según Marín (2011) indica que: *“El paradigma de investigación cualitativo es de naturaleza limitada. En él la realidad es la persona y el entorno que lo rodea de forma directa, es decir, todo lo que le pueda influir. La forma de entender al alumno y profesor es más amplia que desde el punto de vista cuantitativo, porque es importante la interacción entre uno y otro.”*

Por otro lado también se centra en la mitología cuantitativa ya que gracias a esta normativa, la investigación permitirá obtener información por medio de la recolección de datos. La decisión dependerá de la forma de trabajo, la adquisición de la información, los análisis que se practiquen y por consiguiente el tipo de resultados que se obtengan; la selección del proceso de investigación guía todo el proceso investigativo y con base en él se logra el objetivo de toda investigación.

Según un autor anónimo (2011) *“El Paradigma de Investigación Cuantitativa utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de estadísticas para establecer con exactitud, patrones de comportamiento en una población.”*

Es importante mencionar que gracias a este paradigma la posición personal del investigador será neutral, y nos basaremos a procedimientos que proporcionen resultados válidos, confiables y factibles.

### 2.3. Fundamentación Legal

La presente investigación ha sido realizada con fundamento de las siguientes bases legales:

Según la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (2013) en El Plan Nacional Del Buen Vivir 2013- 2017, que en su objetivo 10 menciona “*Impulsar la Transformación de la Matriz Productiva*” en la misma que se encuentra el sector productivo con sus diferentes áreas; siendo una de estas el calzado.

*“Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos Financieros y no Financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada.”*

Según las Normas Internacionales de Contabilidad (1993) en la NIC 2, Existencias menciona en su párrafo 13, 21 y 22 acerca de los Sistemas de Valoración de Costes lo siguiente:

*“13. El proceso de distribución de los costos indirectos fijos a los costos de transformación se basará en la capacidad normal de trabajo de los medios de producción. Capacidad normal es la producción que se espera conseguir en circunstancias normales, considerando el promedio de varios periodos o temporadas, y teniendo en cuenta la pérdida de capacidad que resulta de las operaciones previstas de mantenimiento.*

*Así mismo en el mismo literal menciona que, los costos indirectos no distribuidos se reconocerán como gastos del periodo en que han sido incurridos. En periodos de producción normalmente alta, el importe de costos indirecto distribuidos a cada unidad de producción se disminuirá, de manera que no se valoren los inventarios por encima del costo. Los costos indirectos variables se distribuirán a cada unidad de producción sobre la base del nivel real de uso de los medios de producción.”*

*“21. Los sistemas para la determinación del coste de las existencias, tales como el método del coste estándar o el método de los minoristas, podrán ser utilizados por conveniencia siempre que el resultado de aplicarlos se aproxime al coste. Los costes estándares se establecerán a partir de niveles normales de consumo de materias primas, suministros, mano de obra, eficiencia y utilización de la capacidad. En este caso, las condiciones de cálculo se revisarán de forma regular y, si es preciso, se cambiarán los estándares siempre y cuando esas condiciones hayan variado.”*

Así mismo en el párrafo 22 hace mención a la importancia de los Costos para definir los precios de venta:

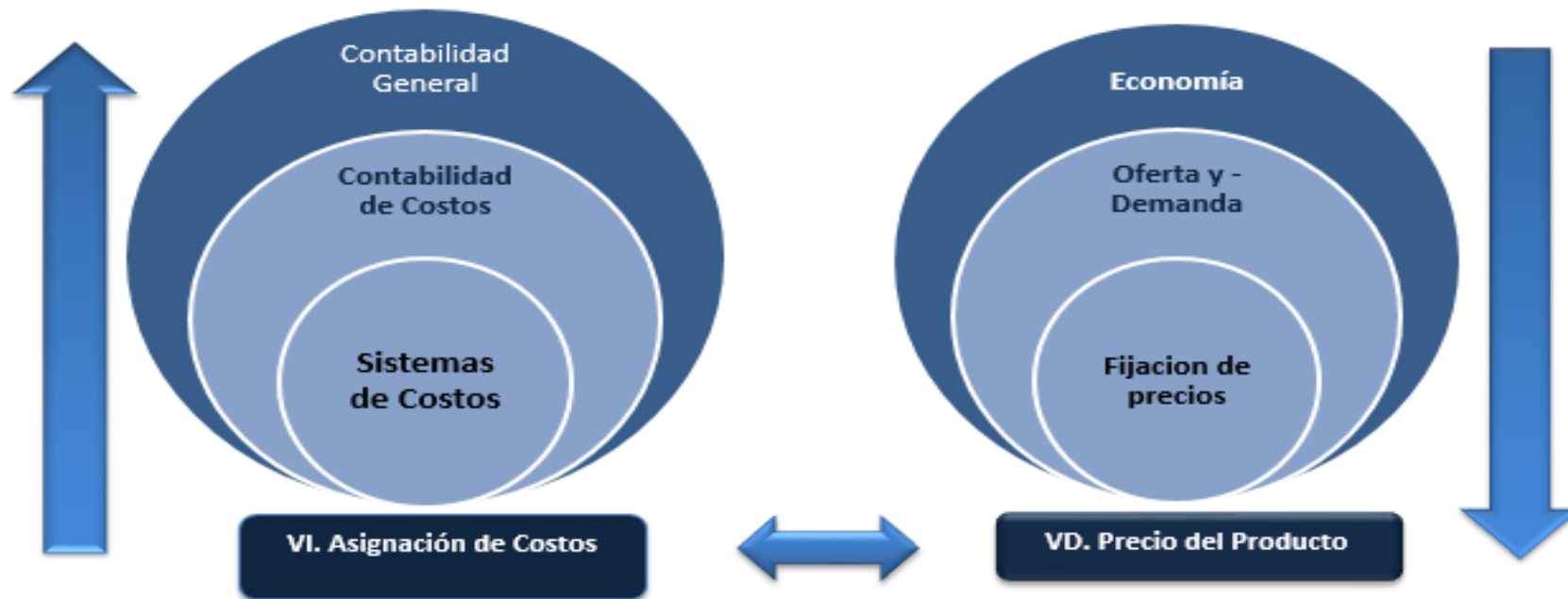
*“22. El método de los minoristas se utiliza a menudo, en el sector comercial al por menor, para la valoración de existencias, cuando haya un gran número de artículos que rotan velozmente, que tienen márgenes similares y para los cuales resulta impracticable utilizar otros métodos de cálculo de costes. En este método, el coste de las existencias se determinará deduciendo, del precio de venta del artículo en cuestión, un porcentaje apropiado de margen bruto. El porcentaje aplicado tendrá en cuenta la parte de las existencias que se han marcado por debajo de su precio de venta original.”*

Según El Congreso Nacional (2011), en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor indica en el Art. 19 lo siguiente:

*“Art. 19.- Indicación del precio.- Los proveedores deberán dar conocimiento al público de los valores finales de los bienes que expendan o de los servicios que ofrezcan, con excepción de los que por sus características deban regularse convencionalmente. El valor final deberá indicarse de un modo claramente visible que permita al consumidor de manera efectiva, el ejercicio de su derecho a elección, antes de formalizar o perfeccionar el acto de consumo. El valor final se establecerá y su monto se difundirá en moneda de curso legal.”*

## 2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

### 2.4.1. Categorización De Variables



*Gráfico 2.1.- Categorización de Variables*

*Elaborado por: Suquilanda, C (2015)*

2.4.2. Constelación de Ideas

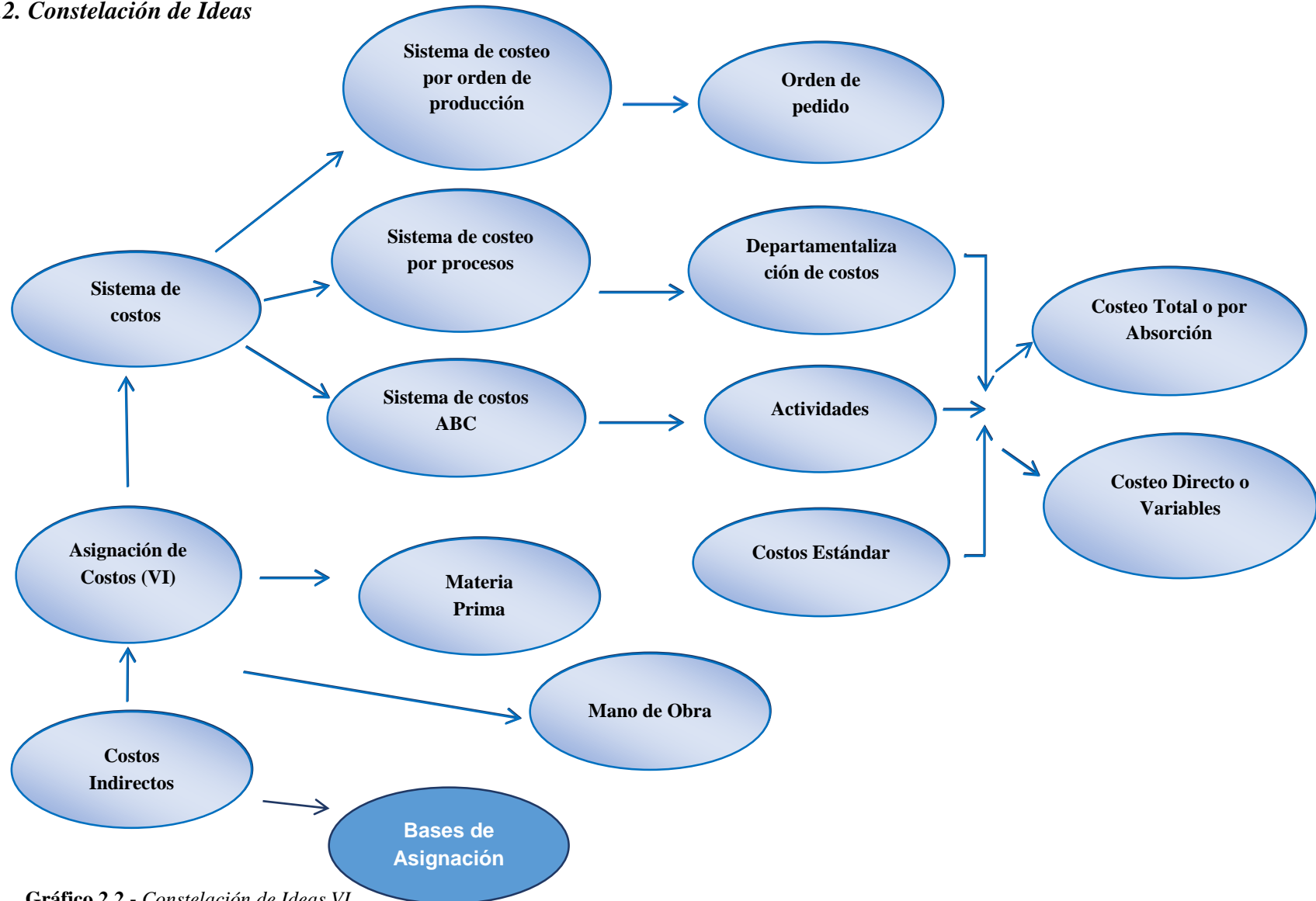
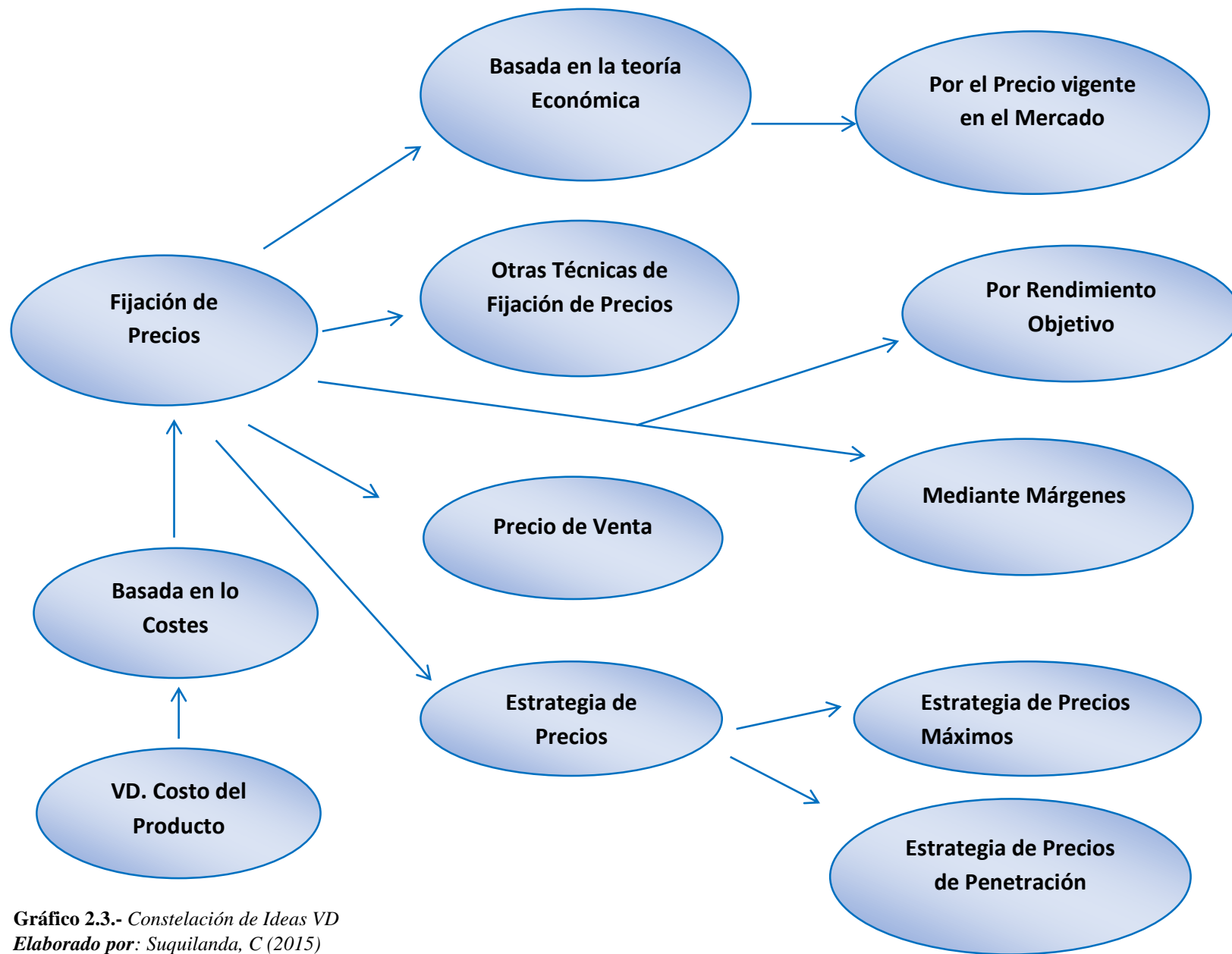


Gráfico 2.2.- Constelación de Ideas VI  
Elaborado por: Suquilanda, C (2015)



**Gráfico 2.3.- Constelación de Ideas VD**  
 Elaborado por: Suquilanda, C (2015)

### **2.4.3. Descripción conceptual de la Variable Independiente**

#### **2.4.3.1. Contabilidad General**

Según Fierro (2011); *“La contabilidad permite identificar, medir, clasificar, registrar, interpretar, analizar, evaluar e informar de las operaciones de un ente económico, en forma clara, completa y fidedigna”*.

Así mismo menciona: *“La contabilidad es un proceso para la elaboración de conformación de las empresas de producción y de servicio, que comprende tres conceptos básicos:*

- *Causación o devengo de todas las operaciones independientemente sea en efectivo o a crédito*
- *Efectivo, cuando se recibe el efectivo en concepto de cartera*
- *Acumulación de los dos los valores causados, menos los valores recuperados.”*

#### **Necesidad de la contabilidad**

Según Guajardo (2008); *“Desde su inicio toda empresa comercial, industrial, de servicio, agrícola, ganadera, petrolera, etc., ejecuta operaciones que afectan o modifican su estructura financiera, o posición patrimonial, debido al impacto que sobre esta ejerce cualquier decisión acertada o destinada”*; por ejemplo, al comprar un bien en el momento oportuno al mejor precio, y si el uso es el adecuado, más temprano que tarde el patrimonio se acrecentara y con ello la empresa tendrá mejores posibilidades de mantenerse y crecer, así mismo nos indica que *“una decisión en contrario producirá un efecto negativo, y con ello, se frustraran la esperanza de sustento de los empleados y la aspiración de aumentar la riqueza de los inversionistas-propietarios”*. Por ello es indispensable que desde su fundación, la empresa cuente con un sistema contable que le proporcione al instante datos e informes razonables sobre la situación económica y las condiciones financieras actuales. Con esta base, el gerente podrá tomar las decisiones pertinentes con suficientes probabilidades de éxito.

### **2.4.3.2. Contabilidad de costos**

Según Zapata (2007), *“la contabilidad de costos es la técnica especializada de la contabilidad que utiliza métodos y procedimientos apropiados para registrar, resumir e interpretar las operaciones relacionadas con los costos que se requieren para elaborar un artículo, prestar un servicio, o los procesos y actividades que fueran inherentes a su producción.”*

Técnica o método utilizado para determinar el costo de un proyecto, proceso o producto, utilizado por la mayor parte de las entidades legales de una sociedad o específicamente recomendado por un grupo autorizado de contabilidad.

Es un sistema de información que clasifica, acumula, controla y asigna los costos para determinar los costos de actividades, procesos y productos, y con ella facilita la toma de decisiones y el control administrativo.

#### **Necesidad de costear apropiadamente los productos y servicios**

Según Bravo, (2007), uno de los problemas frecuentes que impide a la gerencia tomar decisiones prontas y seguras, es la determinación de los costos de los bienes que fabrica o comercializa, de los servicios, pago de sueldos, de servicios básicos y, en general, adquisición de los servicios y bienes que facilitan la operación, en una empresa industrial se genera un grupo importante y nutrido de operaciones relacionadas con:

1. La preparación de los elementos de producción
2. El proceso de transformación propiamente dicho
3. Las transferencias de productos semielaborados, entre fases productivas.
4. El envío de los artículos terminados a la bodega.
5. Otras como reprocesos, ajustes, reclasificaciones.

Estas operaciones deben ser registradas, resumidas, tabuladas y evaluadas de manera oportuna y sistemática, por la denominada contabilidad de costos, también conocida como contabilidad administrativa. Por supuesto que otras actividades concomitantes y relacionadas con el control y la obtención de datos sobre la producción también le corresponde a esta especialidad de costos. Así, en una empresa industrial funcionan



simultáneamente la contabilidad financiera y su complemento perfecto la contabilidad de costos.

Por otra parte Cuevas (2001); indica que la contabilidad de costos desempeña un papel destacado en los informes financieros, pues los costos del producto o del servicio son un componente de significativa importancia en la determinación del ingreso y en la oposición financiera de toda organización. La asignación de los costos es básica en la preparación de los estados financieros. En general, la contabilidad de costos se relaciona con la estimación de los costos, los métodos de asignación y la determinación del costo de bienes y servicios.

Para la correcta asignación de costos es necesario identificar los costos y los gastos que se pueden presentar en el proceso productivo; así como también los distintos componentes de un sistema de costos.

### **Propósitos de la contabilidad de costos**

Así mismo según las palabras de Zapata (2007) los propósitos más relevantes son:

- a. Determinar el costo de los inventarios de productos en proceso, terminados y materiales e insumos, tanto unitarios como globales, con miras a su presentación en el balance general.
- b. Establecer el costo de los productos vendidos, a fin de poder calcular la utilidad o pérdida del periodo respectivo y presentarlos en el estado de resultados.
- c. Dotar a los directivos y ejecutivos de la mejor herramienta para planificar y controlar los costos de producción.
- d. Guiar la toma de decisiones, cuándo se deben mantener o desechar ciertas líneas de producción, aceptar o no nuevos pedidos, comprar nueva maquinaria, etc.
- e. Combinar apropiadamente el surtido de productos, ampliar la nave industrial y, en general, todo cuanto se refiera a nuevas inversiones productivas.
- f. Controlar el uso de los elementos del costo mediante el reporte de datos, uso indebido o demoras innecesarias, y optimizar las utilidades precisamente con los ahorros que se obtenga de las acciones que provengan y eviten los desperdicios citados.

- g. Ubicar las áreas, procesos, actividades y aspectos que encarecen el producto o impiden obtenerlo de manera económica y oportuna, identificando sus causas y efectos de corto y largo plazo.

### **Bases legales**

La ley de compañías, la ley de régimen tributario, el código de trabajo, entre otros, definen la función de la contabilidad en las empresas y regulan algunos aspectos legales importantes, a fin de hacerla aliada en el cumplimiento del propósito particular de cada ley; de otro lado, revelan su importancia y trascendencia cuando la hacen obligatoria para un grupo significativo de empresas y sugieren que otras que no estén obligadas a llevar contabilidad, al menos mantengan registros auxiliares de ingresos o ventas y egresos, o sea los costos y gastos.

La empresa industrial y la generadora de servicios especializados, más que otra, requieren la contabilidad, y fundamentalmente su especialización de costos; puesto que por medio de esta sabrán su costo invertido y la posibilidad de añadir un beneficio a ese costo.

### **Formas de fabricación**

Las formas de fabricación dependen de la naturaleza del producto, la infraestructura instalada y las estrategias de comercialización que se utiliza. Se pueden reconocer tres formas de fabricación: bajo pedido específico, por lotes y en serie o producción continua.

### **Costos y Gastos**

En Amat y Soldevila (2001) en su libro de Contabilidad de Costos menciona distinciones entre gasto, coste, pago e inversión; siendo estos los siguientes:

**Gasto:** Se refiere, básicamente, a aquellos conceptos relacionados con la adquisición de bienes y servicios para su consumo sea en el proceso de producción o para terceros y relacionados con la actividad que la empresa realiza.

**Costo** según Sarmiento (2005), es un valor monetario de los recursos que se entregan

o prometen entregar a cambio de bienes servicios que se adquieren. En el momento de la adquisición se incurre en el costo, lo cual puede originar beneficios presentes o futuros y, por lo tanto, tratarse como:

**Costos del producto o costos inventariables (costo):** son los costos relacionados con la función de producción; es decir: materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos. Estos costos se integran a los inventarios y se reflejan como activo circulante dentro del balance general. Sin embargo los costos totales del producto se llevan al estado de resultados cuando y a medida que los productos elaborados se venden.

**Costos del periodo a costos no inventariables (gastos):** son los costos que se identifican en periodos de tiempo y no con los productos elaborados. Estos se relacionan directamente con las funciones de venta y administración de la empresa. Estos costos se llevan al estado de resultado directamente a través del renglón de gastos de administrativos, financieros y de venta.

**Costos capitalizables:** Estos costos se capitalizan como activo fijo o como cargos diferidos y después se deprecian o amortizan a medida que se usan o se expiran; dando origen a costos o gastos.

Así mismo Sarmiento (2005), indica que el sacrificio realizado se mide en unidades monetarias, mediante la reducción de activos o el aumento de pasivos en el momento en que se obtiene el beneficio. En el momento de la adquisición se incurre en el costo, el cual puede beneficiar el periodo en que se origina o a varios periodos posteriores a aquel en que se efectuó. Por lo tanto, en términos generales, costos y gasto es lo mismo; las diferencias fundamentales entre ellos son:

**a) La función a la que se les asigna**

Los costos se relacionan con la función de producción, mientras que los gastos lo hacen funciones de venta, administración y financiamiento.

**b) Tratamiento contable**

Los costos se incorporan a los inventarios de materias primas, producción en proceso y artículos terminados y se reflejan como activo circulante

dentro del balance general; los costos de producción se llevan al estado de resultados mediata y paulatinamente; es decir, cuando y a medida que los productos elaborados se venden, afectando el renglón costo de los artículos vendidos.

Los gastos de venta, administración y financiamiento no corresponden al proceso productivo, es decir, no se incorporan al valor de los productos elaborados, sino que se consideran costos del periodo: se llevan al estado de resultados inmediata e íntegramente en el periodo en que se incurren.

### **Clasificación de Costos**

Los costos pueden clasificarse de acuerdo con el enfoque que se les dé; por lo tanto, existe un gran número de clasificaciones. Aquí mencionaremos las principales, a saber:

#### **1. La función en que se incurre:**

##### *a) Costos de Producción (costo)*

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

##### *b) Costos de Venta (gastos)*

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

##### *c) Costos de administración (gasto)*

Son los que se originan en el área administrativa; o sea, los relacionados con la dirección y manejo de las operaciones generales de la empresa. Por ejemplo: sueldos y prestaciones del director general, del personal de tesorería, de contabilidad, etcétera.

##### *d) Costos Financieros (gastos)*

Son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa

necesita para su desenvolvimiento.

## **2. Su Identificación:**

### *a) Costos Directos*

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

### *b) Costos Indirectos*

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

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

### *a) Costos del Producto o Costos Inventariables (costos)*

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

### *b) Costos del periodo o costos no inventariable (gasto)*

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

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

### *a) Costos Fijos.*

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

*b) Costos Variables*

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

*c) Costos semifijos, semivariantes o mixtos.*

Son aquellos costos que tienen elementos tanto fijos como variables.

**5. El momento en que se determinan los costos:**

*a) Costos Históricos*

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

*b) Costos Predeterminados*

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

Haciendo referencia a Bravo, (2007) tenemos los siguientes conceptos en cuanto a lo que se refiere los Sistemas de Costos.

**2.4.3.3. Sistema de costos**

Es el procedimiento contable que se utiliza para determinar el costo unitario de producción y el control de las operaciones realizadas por la empresa industrial. Los sistemas de costos más conocidos son:

- Costos por órdenes de producción
- Costos por procesos
- Costos por actividades (ABC)

**Sistemas De Costos Por Ordenes De Producción:** este sistema se utiliza en las industrias en las que la producción es interrumpida porque puede comenzar y terminar en cualquier momento o fecha del periodo de costos; diversa porque se pueden producir uno o varios artículos similares, para lo cual se requiere de las respectivas ordenes de producciones o de trabajo específicas, para cada lote o artículo que se fabrica.

Para cada orden de producción se acumulan los valores de los tres elementos del costo de producción (materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación), que permiten la elaboración de los costos totales y unitarios, en la hoja de costos respectiva.

*Este sistema es estable cuando la producción tiene un carácter interrumpido, lotificado, diversificado, que responda a órdenes e instrucciones concretas y específicas de producir uno o varios artículos o un conjunto similar de los mismos. Por consiguiente, para controlar cada partida de artículos se requiere de la emisión de una orden de producción en la que se acumule valores por los tres elementos del costo de producción. Por su parte el costo unitario se obtiene de dividir el costo total de producción entre el total de unidades producidas de cada orden.*

### **Fabricación bajo pedido específico**

Consiste en producir un bien o un grupo de bienes atendiendo instrucciones, condiciones técnicas y características específicas del cliente. Para esta forma de fabricación es necesario que la empresa, adecúe su capacidad instalada a las condiciones particulares del producto deseado, utilizando materiales e insumos requeridos por el cliente; la venta del artículo está asegurada e incluso el precio de venta puede concertarse por anticipado.

Bajo esa forma se fabrican casas, artículos de imprenta, prótesis joyas, carrocerías, zapatos y trajes a la medida, vehículos especializados, aviones, buques y en general productos específicos. Entre los servicios que se ofrecen bajo estas características, están: atención médica, reparación de bienes, consultorías y auditorías.

### **Características**

1. Requiere acoplar permanentemente la infraestructura de equipos y espacios físicos a las particularidades de los bienes q van a fabricarse.
2. El diseño, medidas, colores, tipo de materiales, etc., deben responder a las exigencias del cliente.

3. El número de unidades a producir es limitado, sujeto al pedido concreto del cliente.
4. El costo de fabricación será mayor respecto al de otra forma de fabricación.
5. El precio de venta se puede negociar con anticipación.
6. No requiere inversión en búsqueda de clientes.
7. El producto será plenamente identificable, cualquiera sea el grado de avance.

### **Fabricación por lotes**

Consiste en producir un lote de bienes atendiendo instrucciones, condiciones técnicas y características de modelos preestablecidos. Esta forma requiere que la fábrica adecúe su capacidad instalada a las condiciones particulares del producto, utilizando materiales e insumos específicos. La colocación del producto tendrá algún grado de dificultad puesto que habrá que buscar a los clientes o parte de ellos. El precio de venta al público tendrá que negociarse.

Bajo esa forma se fabrican casas en conjuntos residenciales, vestidos de temporada, muebles de sala, así como la crianza de hatos ganaderos, el procesamiento de la carne, la siembra y cultivo de productos agrícolas, productos farmacéuticos, entre otros.

### **Características**

1. Requiere de mejor y mayor infraestructura en equipos, espacios físicos y tecnología.
2. Diseños, medidas, colores, etc. Básicamente responden a modelos predefinidos en catálogos.
3. El número de unidades a producir será limitado, pero mayor al de un pedido específico (una parte puede corresponder a un pedido específico).
4. El costo de fabricación será un poco más bajo que si se produjera bajo pedido; en todo caso, resulta más alto que el de la fabricación en serie.
5. El precio de venta se fijará a partir del costo y de la ley de oferta y demanda.
6. Requiere de alguna inversión en búsqueda de clientes.
7. El producto será plenamente identificable, cualquiera sea el grado de avance.



## **Fabricación en serie o producción continúa**

Consiste en producir un grupo de bienes similares atendiendo condiciones y características algo generales. Esta forma de producción requiere que la fábrica adecúe su capacidad instalada de manera única e invariable utilizando materiales e insumos predeterminados en estudios de mercado, la colocación de los productos elaborados requiere estrategias y políticas de comercialización exigentes a fin de persuadir a la población para que compre los productos.

El precio de venta se establece luego de conocer el costo de producción. Bajo esta forma se fabrican: útiles de oficina y aseo personal, artículos de primera necesidad como la leche, electrodomésticos, textiles, hidrocarburos, cemento, hierro, en general bienes de consumo masivo.

### **Características**

1. Requiere de infraestructura instalada suficiente y competente; es decir máquinas modernas, tecnología de avanzada, espacios confortables y funcionales.
2. El diseño del producto, la cantidad a producir y la identificación de la clientela potencial se establecen por medio de estudios de mercado que se efectúan periódicamente.
3. El costo del producto será menor en relación con el de producción en lotes y bajo pedido.
4. El precio de venta se establece en función de la oferta y demanda del producto.
5. Requiere campañas de publicidad a fin de masificar las ventas.
6. El producto pasa por una serie de fases sucesivas antes de su terminación de producción.

### **Bases De Costos**

Las bases de costo con las que contamos son las siguientes:

1. Base histórica o real → los costos se determinan al finalizar el periodo
2. Base predeterminada → los costos se determinan al iniciar o durante el periodo de costos.

**CUADRO COMPARATIVO ENTRE COSTOS HISTÓRICOS Y COSTOS  
PREDETERMINADOS**

CONCEPTO	HISTORICO	COSTOS PREDETERMINADOS	
		ESTIMADOS	ESTANDAR
Momento en que se determina	Después del periodo de Costos	Con anterioridad o durante el periodo de costos	Con anterioridad o durante el periodos de costos
El costos indica	Lo que realmente costo el articulo	Lo que puede costar el articulo	Lo que debe costar el articulo
Su cálculo se basa en	Acumulación de costos incurridos	Experiencias adquiridas, condición actual y futura	Investigaciones, estudios científicos, condiciones actuales y futuras.
Ventajas	Costos resultantes	Costos oportunos	Costos oportunos
Desventajas	Costos no oportunos	Costos un tanto inciertos	Costos un tanto inciertos

Tanto en el sistema de costos por órdenes de producción, como en el sistema de costos por procesos se pueden aplicar las bases de costos antes mencionadas.

Haciendo referencia a Bravo, (2007) tenemos los siguientes conceptos en cuanto a métodos o doctrinas del costo:

**Doctrinas del costo**

**Doctrina del costeo total o costeo de absorción:** Se carga al producto todos los costos, sean estos directos o variables. De acuerdo al volumen de producción.

**Doctrina del costeo directo o costeo variable:** se carga al producto únicamente los

costos variables de producción. Los costos fijos se tratan, como gasto del periodo y pasan al estado de situación económica o de pérdidas y ganancias.

De igual manera que las bases de costos, las doctrinas de costo se pueden aplicar en el sistema de costos por órdenes de producción y el sistema de costos por procesos.

**CUADRO COMPARATIVO ENTRE COSTEO TOTAL O POR ABSORCIÓN  
Y COSTEO DIRECTO O VARIABLE**

<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTEO TOTAL O POR ABSORCION</b>	<b>COSTEO DIRECTO O VARIABLE</b>
<b>Costos de producción</b>	Está integrado por materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos, sin importar que dichos elementos tengan características fijas o variables en relación con el volumen de producción.	Está integrado solo por los costos cuya magnitud cambia en razón directa de los aumentos o disminuciones registrados en el volumen de producción, es decir, los costos variables de; material prima, mano de obra y cargos indirectos
<b>Costos unitarios de producción</b>	Son afectados por los diferentes volúmenes de producción que se tenga. Por tanto, los costos unitarios resultan inversamente proporcionales a dichos volúmenes.	No son afectados por los diferentes volúmenes de producción que se tengan. Los costos unitarios permanecen constantes ya que representan las erogaciones necesarias para producir una unidad, independiente al volumen de producción.

<b>Costos fijos de producción</b>	Se capitalizan ya que forman parte del costos de producción y se llevan al estado de resultados inmediata y paulatinamente, es decir, cuando y a medida que los productos elaborados se venden lo cual afecta la región “costo de ventas”	No se capitalizan sino que se consideran costos del periodo, se llevan al estado de resultados inmediata e íntegramente en el periodo en que se incurren.
<b>Inventarios</b>	La valuación de “producción en proceso” y “artículos terminados” involucra, dentro del valor de estos, los costos fijos y costos variable.	La valuación de “producción en proceso” y de “productos terminados” involucra, dentro de estos, exclusivamente los costos variables de producción.
<b>Inventarios</b>	Las fluctuaciones registradas en el nivel de inventarios afectan los resultados en cada periodo y reflejan tendencias inversas a los volúmenes de venta.	Las fluctuaciones registradas en el nivel de inventarios no afectan los resultados de cada periodo; los resultados están condicionados a los volúmenes de las ventas mismas.

**Tabla 2.1.** Cuadro comparativo entre costeo total o por absorción y costeo directo o variable

Cargos indirectos= Costos indirectos de fabricación  
Costos generales de fabricación  
Carga fabril  
Gastos de fabricación

**Sistema De Costos Por Procesos:** Este sistema se aplica en las empresas industriales cuya producción es continua, ininterrumpida o en serie y que fabrica productos homogéneos o similares en forma masiva y constante, a través de varias etapas o procesos de producción.

Los costos se acumulan en cada uno de los procesos o centros de costo, durante un periodo de costos, para determinar el costo unitario en cada proceso y el costo unitario del producto terminado.

### **Características del sistema de costos por procesos**

- Producción de artículos homogéneos en grandes volúmenes
- La corriente de producción es continua
- La transferencia de los artículos se lleva a cabo a través de dos o más procesos
- Los costos se registran y acumulan en la cuenta Producción en Proceso, direccionándolos hacia cada centro de costos productivo
- Cada centro de costos productivo tiene su codificación. Por tanto, todos sus costos incurridos se direccionan (cargan) al mismo y se acreditan con los costos de las unidades terminadas transferidas a otro centro de costos productivo o al almacén de artículos terminados.
- Las unidades equivalentes se usan para determinar el inventario final de producción en proceso, en términos de unidades totalmente terminadas al concluir el periodo de costos.
- Los costos unitarios se determinan por centro de costos productivo en cada periodo de costos.
- El costo unitario se incrementa a medida que los artículos fluyen a través de los centros de costos productivos. En el momento que los artículos dejan el ultimo centro de costos productivo del proceso y son enviados al almacén de artículos terminados, podemos conocer el costo unitario total de los artículos terminados.
- Los costos totales y unitarios de cada centro de costos productivo son agregados periódicamente, analizados y calculados a través del uso de informes de producción.

En el sistema de costos por procesos se trabaja con costos reales o históricos, por

cuanto los costos unitarios se calculan al final del periodo contable y para ese tiempo ya se conocen los costos generales de fabricación realmente incurridos. El procedimiento de la tasa predeterminada se utiliza cuando la producción es muy variable de un periodo a otro por fluctuaciones de demanda, con el fin de evitar grandes diferencias en los costos unitarios.

**Costos Estándar:** Es una técnica que se basa en estudios y procedimientos científicos realizados por los ingenieros del departamento técnico, mediante el análisis y cuantificación de tiempos y movimientos, de resistencia de materiales, investigación de mercado, diseño y planificación de la fábrica, etc.; tomando en cuenta las políticas y metas de la empresa, así como los productos que se van a elaborar, para obtener “lo que debe ser” un costo unitario predeterminado estándar.

Son costos predeterminados que indican lo que según la empresa, debe costar un producto o la operación de un proceso durante un periodo de costo, sobre la base de ciertas condiciones de eficiencia, condiciones económicas y otros factores propios de la empresa.

Los costos estándar se conocen también como costos planeados, costos pronosticados, costos programados y costos de especificaciones. Los costos estimados se omitieron de manera intencional de esta lista porque la palabra “estimado” no debe utilizarse indistintamente con la palabra “estándar”. Los costos estimados históricamente se han empleado como proyecciones de lo que serán los costos unitarios para un periodo, mientras que los costos estimados son simplemente una anticipación de los resultados reales, los costos estándares son objetivos fijados por la gerencia, que funcionan como controladores para supervisar los resultados reales. Además, los costos estándares hacen parte de un sistema de costos mientras que no ocurre así con los costos estimados.

#### **Ventajas de los Costos Estándar.**

- Suministra información oportuna-anticipada del costos de producción
- Facilita el control de la producción y el control de costos.
- Ayuda a mantener un adecuado control interno dentro de la empresa

- Permite la fijación de políticas de precios
- Facilita la planeación presupuestaria
- Posibilita el costeo de los inventarios

**Estándar ideal:** es aquel que se calcula suponiendo que los tres elementos del costo se adquieren a precios mínimos y que su uso será al 100% de la capacidad instalada de la empresa. Este estándar no admite fallas y representa una meta inalcanzable.

**Estándar normal o alcanzable:** Es aquel que se calcula con base en un alto grado de eficiencia y considera que los tres elementos del costo pueden adquirirse a buen precio global, no siempre al precio más bajo. En este estándar se considera, además, que la mano de obra directa no es eficiente al 100%, que la materia prima puede tener algún deterioro normal y que la fábrica puede no producir al 100% de su capacidad; por lo tanto al admitir estas fallas normales es factible de lograr; representa una meta alcanzable.

### **Los Sistemas de Costos Basados en Actividades**

Básicamente el ABC consiste en "imputar metódicamente todos los costos indirectos de una empresa a las actividades que los hacen necesarios y luego distribuir los costos de las actividades entre los productos que hacen necesarias a las actividades"

En otras palabras, estos sistemas permiten la asignación y distribución de los diferentes costos indirectos de acuerdo a las actividades realizadas, identificando el origen del costo de la actividad, no sólo para la producción sino también para el resto de las áreas de las empresas, contribuyendo en la toma de decisiones sobre líneas de productos, segmentos de mercado y relaciones con los clientes.

La gestión de los costos que posibilitan los sistemas ABC permiten obtener información sobre:

Costos de productos acertados, facilitando la toma de decisiones estratégicas relacionadas con:

- Determinación de precios de productos

- Combinación de productos
- Evaluación de compras e inversiones

El análisis que estos sistemas de costos permiten:

- Concentrarse en la gestión de cada actividad, mejorando su eficiencia (con mayor énfasis en las de mayor costo).
- Identificar actividades que no agregan valor.
- Asignar costos generales de manera confiable y con criterio.

El ABC se presenta como herramienta útil de análisis del consumo de recursos y seguimiento de las actividades, factores relevantes para el desarrollo y resultado final de la gestión empresarial.

El sistema ABC reconoce todas las actividades realizadas dentro de una compañía, determina cuánto cuesta realizar cada una de ellas y asigna las mismas a los productos en la medida que este lo requiera.

Básicamente, estos sistemas representan un mapa económico del proceso productivo desglosado en actividades.

Para exponer el porqué de la conveniencia del ABC por sobre otros sistemas de costeo básicos, se transcribe un ejemplo del libro Costeo y Efecto que integra la bibliografía utilizada para la realización de este trabajo:

“Es fácil analizar el porqué de los sistemas ABC: Piense en dos fábricas hipotéticas y casi idénticas, pero una con una producción sencilla y la otra compleja.”.

La fábrica sencilla produce un millón de plumas, todas del mismo color: azul. La fábrica compleja también confecciona un millón de plumas, pero de muchos colores, tamaños y variedades diferentes. Esta última, en un año típico, produce alrededor de 2.000 tipos diferentes de plumas, que van desde las especiales, con un bajo volumen de producción anual de unas 50-100 cada año, a unas plumas estándares azules y negras, cuyos volúmenes anuales de producción son de unas 100.000 al año de cada color.



A pesar de que ambas fábricas producen el mismo producto básico, la fábrica compleja exige muchos más recursos. En relación con la fábrica de plumas azules, la fábrica compleja tendría un personal de apoyo a producción mucho mayor para programar las máquinas y las tandas de producción; realizar los ajustes; inspeccionar los artículos después de los ajustes; trasladar los materiales; embarcar los pedidos y repartirlos; rehacer los artículos defectuosos y diseñar nuevos productos; mejorar los ya existentes; negociar con los vendedores; programar la recepción de materiales; pedir, recibir e inspeccionar los materiales y piezas entrantes; y actualizar y mantener un sistema de información computarizada mucho mayor.

La compleja también funcionará con unos niveles considerablemente mayores de tiempos muertos, tiempo de ajustes, horas extras, existencias y reparaciones. Como sea que ambas fábricas tienen el mismo output físico, ambas tendrían aproximadamente el mismo costo de materiales (dejando los costos de adquisición ligeramente más altos en la fábrica compleja resultantes de pedidos menores de colores especiales y otros materiales).

En cuanto a la producción real, si se asume que todas las plumas son de más o menos la misma complejidad, tanto la fábrica sencilla como la compleja requerirán el mismo número de horas de mano de obra directa y de horas-máquina para la producción real (sin contar los mayores tiempos de ajuste y de tiempos muertos de la fábrica compleja). La compleja es probable que tuviera más o menos los mismos impuestos, costos de seguridad y facturas de calefacción que la sencilla. Pero la fábrica compleja tendría unos costos indirectos y de apoyo mucho más altos a causa de su mix de productos más variado y el complejo proceso de producción.

Piense ahora en el funcionamiento de un sistema de costos estándares de Fase II en estas dos fábricas. La fábrica sencilla tiene poca necesidad de un sistema de costos muy riguroso para calcular el costo de una pluma azul. El contable, en cualquier periodo determinado, puede sencillamente dividir los costos totales por el volumen total de producción para obtener el costo por pluma azul producida.

Para la fábrica compleja, los costos indirecto y de apoyo serían seguidos hasta sus diversos centros de costos o de producción. Una vez que los costos se hubieran

acumulado en cada centro de producción, se asignarían a los productos basándose en el criterio de reparto para ese centro de costos: mano de obra directa, horas máquina, unidades producidas o cantidad de materiales procesados.

Unitariamente, las plumas azules y negras estándares de alto volumen exigen más o menos la misma cantidad de cada uno de estos inductores de costos que los productos especializados de muy bajo volumen. Por lo tanto, los costos generales de la fábrica compleja se asignarían a los productos de forma proporcional a sus volúmenes de producción. A las plumas azules y negras, que representan cada una alrededor del 10% de la producción de la fábrica, se les aplicaría aproximadamente un 10% de los costos generales de la fábrica. A un producto de bajo volumen, que representara únicamente el 1% de la producción de la fábrica, se le asignaría alrededor del 1% de los costos generales de la fábrica.

Sin embargo, queda claro que se necesitan considerablemente más recursos indirectos y de apoyo de la fábrica compleja (unitariamente) para los productos de nuevo diseño, especializados y de bajo volumen, que para las plumas estándares azules y negras de alto volumen y en fase de madurez.

Los sistemas de costos de la Fase II, incluso los que tienen cientos o miles de centros de costos de producción, subestiman muchísimo y de forma sistemática el costo de los recursos necesarios para los productos especializados de bajo volumen y sobreestiman el costo de los recursos de los productos estándares de alto volumen. La distorsión en los costos indicada entre productos estándares y especializados sólo puede evitarse si las plumas estándares y especializadas se fabrican en máquinas separadas en diferentes centros de costos.

No asignar los costos de recursos de apoyo y pasar a los sistemas de costos directos no soluciona este problema. Bajo el sistema de costos directos, las plumas azules y negras que tienen aproximadamente los mismos costos de materiales y de mano de obra directa que las plumas especializadas de bajo volumen, tendrán los mismos costos directos. Además, los sistemas de costos directos no consiguen explicar el motivo de que las dos fábricas tengan exactamente las mismas unidades físicas de producción (por ejemplo, un millón de plumas, con unos niveles espectacularmente distintos de

costos indirectos.”

En este ejemplo se visualiza fácilmente como los sistemas de costeo tradicionales asignan, con un criterio no del todo correcto, los costos a los productos.

Un principio fundamental en el funcionamiento de los sistemas ABC es el de asignar los recursos consumidos por las actividades que integran el sistema productivo de acuerdo a la variedad y complejidad del producto, y no basándose solo en los volúmenes globales productivos, como los sistemas de costos tradicionales.

#### **2.4.3.4. Asignación de Costos**

Según Johnston (2015); indica que para mantener una empresa pequeña se debe asignar esos todos los costos al producto que se gana, así se sabrá el verdadero costo de fabricación del artículo. Cómo puedes asignar estos gastos depende de cómo los categorizas.

De igual manera menciona los tipos de costos más importantes:

##### **Costos variables**

Los costos variables incluyen mano de obra directa, materias primas, suministros, gastos de envío y bonos de producción. Se llaman variables porque aumentan o disminuyen con el número de productos que produces. Siempre incluye los gastos variables como parte del costo de tus productos.

##### **Costos fijos**

Se incurre en costos fijos independientemente del número de productos que se produzcan. Los costos fijos incluyen el alquiler o la hipoteca de las instalaciones de producción, los seguros, los impuestos de propiedad, el alquiler de equipos y la depreciación del equipo de tu propiedad.

Según Sinisterra y Polanco (2007); al igual que otros autores; los tres elementos del costo explicando lo siguiente:

**Elementos del Costos:** La fabricación implica la conversión de materiales en productos terminados, gracias al esfuerzo de los trabajadores y al uso de la planta de producción. Para manufacturar un producto se hace uso de tres componentes conocidos como elementos del costo de producción, a saber: la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación.

**Materia Prima:** En la elaboración de un producto puede intervenir una amplia gama de materias primas; estas se suelen clasificar en materia prima directa e indirecta.

La materia prima directa hace referencia a todos los materiales que integran físicamente el producto terminado o que se pueden asociar fácilmente con él.

La materia prima indirecta se refiere a aquellos materiales que integran físicamente el producto perdiendo su identidad o que por efectos de materialidad se toman como indirectos.

**Mano de Obra:** Representa el esfuerzo del trabajo humano que se aplica en la elaboración del producto. La mano de obra, así como la materia prima se clasifica en directa e indirecta.

La mano de obra directa constituye el esfuerzo laboral que implican los trabajadores que están físicamente relacionados con el proceso productivo, sea por acción manual o por operación de una maquina o equipo. El esfuerzo laboral que desarrollan los trabajadores sobre la materia prima, convertida en producto terminado constituye el costo de la mano de obra directa.

El costo de aquella mano de obra que no se puede razonablemente asociar con el producto terminado o que no participa estrechamente en la conversión de los materiales en producto terminado se clasifica como mano de obra indirecta.

**Costos Indirectos de Fabricación:** Al tercer elemento del costo de producción también se conoce con nombres de carga fabril, costos o gastos generales de fabricación, carga de fábrica o con la palabra inglesa *overhead*. Debemos resaltar que los costos indirectos están asociados con la fabricación de los productos, con la excepción de la materia prima directa y mano de obra directa. En este elemento se

incluyen materiales indirectos, mano de obra indirecta, suministros, servicios básicos, impuestos prediales, seguros y todos aquellos costos relacionados con la operación de manufactura del taller.

Según Vasconez (2013) alega los gastos indirectos de fabricación no se aplican directamente al costo de fabricación de cada uno de los artículos producidos, se aplican en función del total de la producción, para la aplicación unitaria es necesario seguir ciertos procedimientos de cálculo que permitan una distribución equitativa con aproximaciones aceptables capaz de que los costos totales no se distorsionen.

### **Costos indirectos de fabricación variables**

El total de gastos de fabricación variables, se incrementan a medida que se incrementa la producción, es decir cuánto más grande sean las unidades producidas, más grande será el montón de gastos indirectos de fabricación variables.

Los materiales indirectos y la mano de obra indirecta, son ejemplos típicos de los gastos indirectos de fabricación variables.

### **Costos indirectos de fabricación fijos**

Este tipo de gastos permanecen estáticos sin importar el incremento de la producción.

Los impuestos municipales, las depreciaciones de la maquinaria y equipo y el arriendo del edificio, son ejemplos importantes de los gastos indirectos de fabricación fijos.

### **Costos indirectos de fabricación mixtos**

Estos gastos tienen características de los fijos y variables. En la planificación de los gastos indirectos de fabricación deben analizarse separadamente los gastos indirectos de fabricación mixtos para un mejor análisis.

Los arriendos de transporte para la fábrica, los servicios básicos como agua potable, fuerza eléctrica y telecomunicaciones con ejemplos de este tipo de gastos.

### **Costos Reales y Costos Normales de los Gastos Indirectos de Fabricación**

Los costos reales son aquellos que se registran cuando estos se incurren; por ejemplo:

Al pagar el rol de pagos de la mano de obra, la compra de materiales directos, etc., estos valores se pueden aplicar si dificulta a las órdenes de producción (costeo por órdenes de trabajo) o a los departamentos (costeo por procesos).

Los gastos indirectos, debido a que son un elemento indirecto del costo del producto, no pueden incluirse en su costo en forma adecuada a una orden de producción o a un departamento de la fábrica.

Comúnmente se emplea un método de aplicación del gasto estimado denominado costeo normal. Dependiendo del tipo de manufactura que utilice el sistema, se aplicaran los gastos indirectos de fabricación; por ejemplo: en una fábrica que predomine el trabajo de los obreros, el costeo normal se hará en función de dichas horas de trabajo directo, en cambio sí en otra fábrica predomina el uso de las maquinas, la aplicación se realizara en función de las horas que trabajen las maquinas.

El problema del contador de costos es ajustar los registros contables entre estas dos clases de costos el real y el normal, tema que es motivo de nuestro estudio.

### **Nivel de producción estimado**

La estimación de la producción para el próximo periodo es necesario realizarlo con la mayor precaución y aplicando las técnicas adecuadas, el nivel productivo de una fábrica está dado por la capacidad operativa de las maquinas, la amplitud de la planta, la provisión de mano de obra y de los materiales.

Este nivel de producción debe guardar relación directa con la demanda de los productos que elabora la fábrica. Se puede presupuestar una determinada producción básica y a medida que se incrementa la demanda continuar con el incremento del monto de producción, este sistema es antieconómico debido a que es necesario realizar una serie de ajustes en todos los cálculos de producción y de costos.

Los siguientes niveles de capacidad productiva pueden emplearse al proyectar el nivel de producción para el siguiente periodo:

### **Capacidad productiva teoría o ideal**

La capacidad productiva de la planta se estima con un trabajo de 24 horas al día 7 a la semana 52 semanas al año, obteniendo la capacidad de producción máxima de la planta; a esto es necesario disminuir varios factores que inciden en la producción como: paros en el trabajo, vacaciones de los obreros, inasistencias promediales, maquinas dañadas o en reparación, maquinas obsoletas que necesitan su urgente reemplazo, etc.

### **Capacidad productiva práctica o realista**

Es la máxima capacidad de producción de una fábrica, siempre tomando en cuenta las interrupciones normales de la fábrica, funciona cuando la planta opera a un nivel de eficiencia planificada técnicamente.

### **Capacidad productiva normal o de largo plazo**

Se basa en la capacidad productiva práctica pero ajustada por la demanda a largo plazo por parte de los clientes, de los productos que elabora la fábrica. La demanda de los productos por los clientes se proyecta generalmente por un periodo de 5 años, tomando en cuenta un promedio ponderado o calculando la tendencia general de la recta en la curva de la demanda.

### **Costos Indirectos de Fabricación Estimados**

Una vez que se determina el nivel de producción para el siguiente año, la empresa debe planificar un estimado de los costos indirectos de fabricación. En la planificación se clasifican necesariamente los costos fijos y los variables. Los costos fijos totales no varían a medida que cambian los niveles de la producción, por tanto la producción no es un factor determinando en los costos fijos totales.

Los costos variables totales varían en proporción directa con los niveles de la producción; consecuentemente el nivel de la producción constituye un factor determinante en el costo variable total.

El costo unitario indirecto de fabricación variable multiplicado por el número de

unidades producidas, se obtiene el costo total indirecto de fabricación. Por tanto es indispensable presupuestar para el año siguiente el nivel de producción.

### **Ejemplo de un presupuesto de costos indirectos**

Produccion estimada en unidades a la capacidad normal

Horas de mano de obra directa para la fabricacion total

#### **Costos Indirectos de fabricacion variables**

Materiales Indirectos (cuota de \$0,10 por unidad Producid)

Mano de Obra Indirecta (\$ 1,20 por hora MOD)

Electricidad y otros costos indirectos (\$ 0,11 por unidad)

#### **Costos Indirectos de Fabricacion Fijos**

Arriendo de la Fabrica

Depreciacion de la maquinaria y equipo

Seguros de la fabrica

#### **Total costos indirectos de fabricación fijos**

#### **Total costos indirectos de fabricación**

### **Determinación de las tasas de asignación de los costos indirectos de fabricación**

Una vez estimados el nivel de producción y los gastos indirectos de fabricación totales para el periodo siguiente, podrá calcularse la cuota de aplicación de los gastos indirectos de fabricación para este periodo. Generalmente las cuotas de aplicación de los gastos indirectos de fabricación se fijan en función unitaria tomando como base alguna actividad homogénea del trabajo de la fábrica y se denomina actividad del denominador, las reglas no determinan las bases de cálculo de este denominador.

El método que se resuelva aplicar debe ser el más sencillo y el menos costoso de calcular y aplicar los gastos indirectos de fabricación.

Cuando se han estimado los gastos indirectos de fabricación totales y se ha escogido la base, se puede calcular la tasa de aplicación, como la siguiente:

$$\frac{\text{Gastos indirectos de fabricación}}{\text{Base estimada en la actividad del denominador}} = \text{Cuota de aplicación de los Gastos Indirectos de Fab Unit}$$



## **Gastos Aplicados**

Los Gastos Indirectos de fabricación se aplican a los productos elaborados mediante la utilización de tasas o cuotas en función de una determinada base de cálculo.

## **Gastos Realizados**

A medida que se realizan los gastos, se jornalizan los valores históricos y se comparan con los valores aplicados, si existe una diferencia en mas o en menos, se efectúa el correspondiente ajuste para igualar las dos cuentas.

$$\frac{\text{Gastos indirectos de fabricación estimados}}{\text{Número de Unidades estimadas a producir}} = \text{Cuota unidades producidas}$$

Es necesario calcular con varias cifras decimales a fin de obtener resultados más exactos.

## **Cuota- Materiales Directos**

Este método es adecuado cuando se puede determinar una relación directamente entre los gastos indirectos de fabricación y el costo de materiales directos; es decir, cuando los materiales directos forman parte del artículo elaborado en un porcentaje elevado. La cuota- materiales directos se calcula de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Gastos indirectos de fabricación estimados}}{\text{Cuota materiales directos}} * 100 = \% \text{ Costo de MPD estimados}$$

## **Cuota- Mano de Obra Directa**

Este método es adecuado cuando se puede determinar una relación directa entre los gastos indirectos de fabricación y el costo de mano de obra directa; es decir, cuando la mano de obra directa forma parte del artículo elaborado en un porcentaje elevado. La cuota- mano de obra directa se calcula de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Gastos indirectos de fabricación estimados}}{\text{Cuota materiales directos}} * 100 = \% \text{ costo de MOD estimado}$$

### **Cuota hora- Mano de Obra Directa**

La cuota hora- mano de obra directa es la más utilizada entre los contadores de costos, por cuanto los costos de la mano de obra directa están siempre relacionados con el total de gastos indirectos de fabricación.

Este método es apropiado cuando existe una relación directa entre el costos de mano de obra directa y los gastos indirectos de fabricación, para el cálculo se establecen el número de horas que han trabajado los obreros que forman parte de la mano de obra directa. Su fórmula de cálculo es la siguiente:

$$\frac{\text{Gastos indirectos de fabricación estimados}}{\text{Número de horas de trabajo directo}} = \text{Cuota hora- mano de obra directa}$$

### **Cuota hora- Maquina**

En el método cuota- hora maquina se utiliza como base de cálculo el número de horas que trabajaran las maquinas en el próximo año; este monto se obtiene de multiplicar el número de horas de trabajo de una maquina al año en su máxima capacidad. Este método es apropiado cuando existe una relación directa entre los gastos indirectos de fabricación y el trabajo que realizan las maquinas, por lo general esto sucede en aquellas fabricas que están automatizadas de tal manera que el mayor valor de los gastos indirectos de fabricación son las depreciaciones de las maquinas.

La fórmula es la siguiente:

$$\frac{\text{Gastos indirectos de fabricación estimados}}{\text{Horas- maquina estimadas}} = \text{Cuota - hora maquina}$$

Sarmiento (2005) afirma que si se conocen los elementos que conforman los costos de producción se pueden determinar otros conceptos, en la forma siguiente:

**Costo Primo:** es la suma de los elementos directos que intervienen en la elaboración de los artículos. (Mp + Mo)

**Costos de Transformación o conversión:** es la suma de los elementos que intervienen en la transformación de las materias primas directas en productos terminados. (Mo + Cif)

**Costos de Producción:** es la suma de los tres elementos que lo integran (materia prima, mano de obra y cargos indirectos); también podemos decir que es la suma del costos primo más los cargos indirectos. (Mp + Mo + Cif)

**Gastos de Operación:** es la suma de los gastos de venta, administración y financiamiento.

**Costo Total:** es la suma del costo de producción más los gastos de operación.

**Precio de Venta:** 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 porcentaje de utilidad deseado, para llegar a nuestro costo total objetivo. El costo total objetivo debe estar soportado por una estructura de costos, también objetivo, de cada una de las funciones de compra, producción, distribución, venta y administración.

#### **2.4.4. Descripción conceptual de la Variable Dependiente**

##### **2.4.4.1. Economía**

Según Thirkettle (1978), menciona a la Economía como ciencia en las palabras de Lord Robbins como *“la ciencia que estudia el comportamiento humano como relación entre fines y medios escasos que se podrían emplear para otros usos.”*

Grave (2009) afirma que *“La economía nace cuando las necesidades del hombre son mayores que los bienes que existen; esto es, cuando existe escasez. Por ello se le llama la ciencia de la escasez.”*

**Economía:** es una ciencia social que estudio el comportamiento y las elecciones del hombre entre bienes alternativos en un contexto de escasez de recursos.

**Necesidades Económicas** El hombre es un ser que nunca satisface sus necesidades, siempre quiere más: en cuanto satisface una necesidad, busca obtener otro bien.

Por Ejemplo, un estudiante que no tiene automóvil ahorra para comprar uno usado; en cuanto lo compre pensara comprar otro de un modelo más reciente; y en cuanto lo tenga querrá uno mejor; y así todo el tiempo.

Las necesidades económicas del hombre son siempre crecientes, nunca se satisfacen.

### **Producción de bienes y servicios**

Al ser las necesidades del hombre siempre crecientes, se requiere la producción constante de bienes y servicios.

**Bienes:** son todos los objetos, elementos, material o cosas que sirven para satisfacer alguna necesidad humana.

**Servicios:** bienes intangibles, generalmente consumidos en el lugar de la producción. No son transferibles.

La producción es el proceso mediante el cual se transforman materia prima en un bien o servicio con un valor agregado mayor.

#### **2.4.4.2. Demanda y Oferta**

##### **Economía de mercados**

Para centrarnos en el tema de oferta y demanda; es necesario saber que esta se encuentra en lo que son las economías de mercado. Para este tema compartiré la siguiente metodología:

Mochón (1991) menciona de las Economías de Mercado lo siguiente:

En las economías de mercado las empresas ofrecen libremente los bienes y servicios que son rentables, y para los que hay demanda.

Los consumidores, por su parte, eligen lo que compran, dentro de sus posibilidades de

renta.

Todas estas decisiones se toman en función de los precios que se fijan en los mercados, sin que sea necesaria la intervención del Estado.

### **Los mercados y el dinero**

Gracias a la existencia del dinero el intercambio es indirecto: un bien se cambia por dinero, que, a su vez, se cambia después por otros bienes.

En todo el mercado en el que se utiliza dinero existen dos tipos de agentes bien diferenciados; los **compradores** y los **vendedores**. En los mercados de bienes y servicios se suele distinguir entre consumidores (demandantes) y productores (ofertantes).

El mercado es el lugar en el que ambos tipos de agentes se ponen en contacto. Los compradores (demandantes) y los vendedores (ofertantes) se ponen de acuerdo sobre el precio de un bien (o servicio) de forma que se producirá el intercambio de cantidades determinadas de ese bien por una cantidad de dinero también determinada.

El **precio** de un bien es su reacción de cambio por dinero, esto es, el número de pesetas que se necesitan para obtener a cambio una unidad del bien.

### **Demanda**

Según Thirkettle (1978), menciona que el significado de la demanda de cualquier bien o servicio “*es la cantidad que se adquirirá a cualquier precio dado por unidad de tiempo.*”, así mismo menciona que “*para cada precio habrá una demanda distinta*”.

En cuanto a la oferta Thirkettle (1978) ; menciona varios aspectos que afecta la misma, siendo este el siguiente:

**Costos reales:** La producción de cualquier bien o servicio significa que no se produce de hecho otros bienes o servicios que se podrían producir con los mismos recursos. En si el costos real de la producción de cualquier bien es la alternativa a la que hay que renunciar.

## **Precio**

Según Mejía (2005) afirma: que el precio *“es la cantidad de dinero que se requiere para adquirir un producto; por tanto es el único elemento de la mezcla del marketing que produce ingresos, los demás generan costos”*.

Para determinar el precio real de un producto, hay que considerar los componentes identificables que lo conforman, en general, una combinación de:

1. El bien o servicio en sí mismo
2. Los servicios complementarios
3. Los satisfactores de deseos que ofrece el producto.

Así mismo indica que: una de las percepciones más importantes para la mayoría de las personas depende directamente del precio, dado que es un elemento fundamental del valor, entendido como la relación entre los beneficios percibidos frente al precio y otros costos incurridos. Un alto valor indica que un producto reúne los beneficios potenciales que los consumidores esperan de él en un determinado nivel de precios, dado que existen otros factores diferentes al precio para elegir los productos, tales como: las características diferenciales, el reconocimiento de la marca, la calidad, la comodidad de compra, etc.

Por tanto, el precio no es un valor en sí mismo, lo es en relación a la percepción de satisfacción de las aspiraciones que el cliente llene al adquirir el producto. Así, el argumento del vendedor con su cliente no debe girar alrededor del precio solamente sino del valor creado, para evitar que el precio sea el único determinante de la decisión de compra. Si no se obra de esta manera, se termina entando en las famosas “guerras de precios”, donde lo único que percibe el cliente es quien tiene el precio más bajo. Perdiendo el reconocimiento del producto y sus satisfactores.

### **Factores que influyen en la determinación de los precios.**

Existen varios factores que influyen en la determinación del precio del producto, así:

1. **La demanda estimada:** el tamaño de la demanda y la frecuencia de compra afectará las decisiones de precio hasta determinar el precio esperado, de acuerdo con lo que se cree será el valor para los consumidores.
2. **Las reacciones de la competencia:** en productos semejantes, en productos sustitutos o productos no relacionados destinados a los mismos consumidores.
3. **Otros elementos de la mezcla de marketing:** si es un producto nuevo o ya establecido en el ciclo de vida del producto, su uso final, los canales y los tipos de intermediarios, la promoción que dan al producto los fabricantes o los intermediarios y el costo del producto compuesto por varios tipos de costos que influyen según los cambios en la cantidad producida: los costos fijos, los variables y los marginales.

### **Metodologías para establecer los precios.**

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

1. **Seleccionar el objetivo de la fijación de precios:** supervivencia, maximización de utilidades, crecimiento en la participación, liderazgo en diferenciación, etc.
2. **Determinar la demanda:** cada precio genera un nivel de demanda distinto y por tanto tiene un impacto diferente sobre los objetivos de marketing de la empresa. La relación entre las diferentes alternativas de precio y la demanda resultante se captura en una curva de demanda con el fin de conocer la elasticidad de la demanda con respecto al precio y los puntos de equilibrio. La curva de demanda muestra la cantidad de compra probable del mercado a diferentes precios; toma en cuenta las reacciones de muchos individuos que tienen sensibilidad a los precios.
3. **Estimaciones de los costos:** las demandas establece un límite superior para el precio que la empresa puede cobrar por su producto, los costos establecen el límite inferior. Las compañías esperan cobrar un precio que cubra su costo de producir, distribuir y vender el producto, tal que incluya un rendimiento justo por su esfuerzo y su riesgo.
4. **Analizar los costos, precios y ofertas de los competidores:** se deben comparar las ofertas de los competidores con la de la empresa para estimar un precio cercano al competidor, superior o inferior dependiendo el liderazgo y posicionamiento que

se posea en el mercado, además la empresa debe tener presente la reacción de los competidores a través de un cambio de precios.

5. **Escoger un método de fijación de precios:** una vez que se conocen, la estructura de demanda de los clientes, la función de costos y los precios de los competidores, se puede elegir el precio. Los precios de los competidores y de los sustitutos sirven de orientación, los costos establecen el límite inferior para el precio y la evaluación que hacen los clientes de las características diferenciales o exclusivas del producto establecen el precio máximo. La empresa debe seleccionar un método de fijación de precios que incluyan una o más de estas tres consideraciones.

### **Fijación de precios**

En cuanto a las palabras de Jiménez (2012) En la actualidad, ni las poderosas y tradicionales empresas multinacionales, menos aún las empresas y marcas nacionales, tienen poder para *controlar e imponer* precios en un mercado libre, puesto que la Ley antimonopolio vigente y la presencia creciente de nuevas marcas y productos, hacen esta intención material imposible de ejecutar; basta citar ejemplos como empresas pasteurizadoras de leche o gaseosas “ líderes de ayer” que hoy difícilmente puedan fijar precios, pues sus clientes simplemente se cambian de marca o consumen productos sustitutos, o ambas cosas a la vez.

En este ambiente, el gobierno con el poder marginal que aún tiene, *fija* precios tope al público, de medicinas por ejemplo, y *precios mínimos* o de *sustentación* para los productos agrícolas; de otro lado, los servicios básicos de energía eléctrica, comunicaciones y combustibles, que todavía mantienen bajo su control los maneja de forma poco eficiente produciéndose un encarecimiento innecesario que “subsida” como una forma de dar la idea que se preocupa del colectivo humano, cuando no es más que una disposición del concepto del *libre mercado* .

A continuación se definen algunos de estos métodos:

#### **a. Fijación de precios mediante márgenes.**

El método más elemental para fijar precios es sumar un margen de utilidad o sobreprecio al costo total unitario del producto. Ello supone que se ha estimado un



volumen de ventas y producción determinado para fijar el costo unitario a partir del cual se adiciona el margen. El método es simple pero si no se acierta en el volumen estimado, los precios resultantes pueden no ser realistas

**b. Fijación de precios por rendimiento objetivo**

La empresa determina el precio que producirá la tasa de rendimiento sobre la inversión (ROI) que quiere obtener; dado un monto de inversiones necesario para fabricar el producto y los costos de capital o la expectativa de ganancia.

**c. Fijación de precios por el precio vigente en el mercado**

La fijación de precios por el precio vigente, la empresa basa su precio primordialmente en los de sus competidores, por encima o debajo según la estrategia comercial de penetración del mercado o nivel de competitividad y posicionamiento que se disponga.

En los casos que los costos son difíciles de medir o la respuesta competitiva es incierta, la empresa siente que el precio vigente represente una buena solución.

**d. Fijación de precios por contribución de costos variables o marginales.**

El precio se fija con relación a los costos variable de producción calculados para cada ítem que se produce, adicionándole una cantidad extra de contribución; por tanto cada producto contribuye particularmente a los costos fijos totales y a las utilidades netas.

**e. Fijación de precio basadas en las condiciones del mercado**

Existen enfoques adicionales de fijación de precios basados en las condiciones de los mercados, que son aquellos que se realizan a partir de factores externos a la organización. Para empresas que lanzan nuevos producto al mercado, por ejemplo, existen dos estrategias: el descremado o la penetración y de precios Máximos

**Estrategia de precios máximos.** Consiste en comenzar con un precio muy alto y dirigir el producto hacia un sector reducido y elitista. Más adelante, se puede rebajar el precio para llegar a otros segmentos de mercado que puedan adquirir el producto por imitación.

**Las estrategias de descremar el mercado:** involucra la fijación de precios altos y una intensa promoción del nuevo producto. Los objetivos de ganancia se logran

a través de un alto margen por unidad vendida en lugar de maximizar el volumen de ventas. Las estrategias de descremado solo pueden emplearse donde la demanda es relativamente inelástica, para productos que tiene beneficio y/o rasgos únicos que el consumidor valora.

**Las estrategias de penetración:** apuntan a lograr una entrada amplia en los mercados; el énfasis está en el volumen de ventas por lo que los precios por unidad tienden a ser bajos. Esto facilita la rápida adopción y difusión del nuevo producto. Los objetivos de ganancia se alcanzan logrando un gran volumen de las ventas en lugar de un margen grande por unidad.

**f. Fijación de precios sobre bases psicológicas.**

La fijación de precios tiene dimensiones psicológicas, así como económicas, por tanto se deben tener en cuenta al tomar decisiones de determinación de precios. Apelando a las emociones de los compradores existen diversas formas de fijar los precios. Estas emociones pueden ser tales como reacciones a: percepciones de calidad, precios de promoción, estímulos a la fidelidad, precios por paquete, etc.

**g. Precios negociados.**

En los últimos años se han introducido como modalidad de precio el compartir la ganancia entre comprador y vendedor. Esto sucede en productos especializados, con el alto valor agregado, generalmente soluciones a la medida, donde puede determinarse el beneficio a favor del comprador, el cual es tan significativo que se entra a negociar no por precio sino por valor agregado y a compartir las ganancias derivadas de la solución. Este modelo de precio forma parte de los llamados esquemas estratégicos de colaboración y requieren un gran conocimiento y confianza entre comprados y vendedor.

**h. Fijación de precios basada en la teoría económica**

Normalmente, las empresas fijarán el precio de sus productos con el objetivo de conseguir los máximos ingresos posibles, es decir, tratarán de maximizar el producto del precio unitario del bien por el número de unidades vendidas.

Compradores y vendedores tienen posiciones opuestas respecto al precio. El vendedor pretende precios altos y su oferta dependerá de lo elevado que sea el precio del producto. En cambio, el comprador quiere precios bajos y su demanda será mayor cuanto más bajo sea el precio.

Si una empresa decide fijar el precio de sus productos en función de la teoría económica ha de tener en cuenta que rebajar un poco los precios atraerá más consumidores y con ello se incrementarán las ventas. En otros casos, interesa aumentar precios porque la disminución de las ventas no será muy significativa y, sin embargo, la empresa ingresará más.

#### **i. Fijación de precios basada en los costes**

Existe otro método para fijar los precios sin tener en cuenta la demanda. Lo que la empresa hace en este caso es añadir al coste del producto un determinado margen de beneficio. Es un método muy simple que no requiere un gran conocimiento del mercado. Para calcular el precio sólo hay que añadir al coste unitario, que es el coste individual de cada producto, el margen de beneficio que la empresa decida:

$$\text{Precio de venta} = \text{Coste unitario} + (\% \text{ Margen} * \text{Coste unitario})$$

Sin embargo, no hay que olvidar que las empresas calculan el coste unitario de diversas formas. Así, hay sistemas que calculan estos costes sólo en función de los costes variables o de producción y otros usan una repercusión lineal de los costes fijos o de estructura. Este punto es fundamental en este método porque un mal cálculo implicaría que la empresa venda sus productos a precios que no superen los costes de producción, con las consiguientes pérdidas.

### **6. Seleccionar el precio final**

Para escoger su precio final la empresa debe considerar en lo posible varios de los métodos anteriores y otros factores tales como las reacciones psicológicas del cliente, la influencia de otros elementos de la mezcla de marketing, las políticas de precio tradicionales y el impacto del precio sobre otros competidores.

Si bien lo anterior es el caso general, en ocasiones la fijación se establece con bases

marginales, es decir, precios basados exclusivamente en el costo marginal para cubrir los costos variables. Se utiliza cuando se quiere mantener empleada la fuerza de trabajo durante una temporada de poca demanda o cuando se espera que un producto sirva de gancho para vender otro.

Finalmente, toda estrategia de precios debe consultar el análisis del punto de equilibrio ya que el objetivo es como mínimo no generar pérdidas con cada producto o con el conjunto de ellos.

## **2.5. HIPOTESIS**

La implementación de un sistema para la asignación de costos incide en el precio del calzado en el Taller de Calzado MG Guzmán.

## **2.6. SEÑALAMIENTO VARIABLES DE LA HIPÓTESIS**

**Variable independiente:** Asignación de Costos

**Variable dependiente:** Precio

**Unidad de observación:** Taller de Calzado MG Guzmán.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1.Enfoque

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), sostienen que todo trabajo de investigación se sustenta en dos enfoques principales: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo, los cuales de manera conjunta forman un tercer enfoque: El enfoque mixto.

Según Ruiz (2012) en su investigación “Políticas Públicas en Salud y su Impacto en el Seguro Popular en Culiacán, Sinaloa, México”, dice: *El enfoque de la investigación es un proceso sistemático, disciplinado y controlado y está directamente relacionada a los métodos de investigación que son dos: método inductivo generalmente asociado con la investigación cualitativa que consiste en ir de los casos particulares a la generalización; mientras que el método deductivo, es asociado habitualmente con la investigación cuantitativa cuya característica es ir de lo general a lo particular”*.

La investigación se fundamenta en la normativa del paradigma mixto, es decir, cualicuantitativo. El enfoque cualitativo también conocido como naturalista o humanista, tiene como finalidad que se comprenda e interprete la realidad que se atraviesa, que se entienda todos y cada uno de los significados de las personas, percepciones, intenciones y acciones en el ambiente interno del taller.

En la investigación que se propone, busca que la relación sujeto- objeto sea dependiente, ya que el compromiso que se produzca, involucre tanto al sujeto como al objeto, porque al tomar en cuenta la normativa a aplicarse debe también mantener dicha relación causando así, que influya de manera directa en la investigación.

En la investigación nos centraremos en la investigación cualitativa debido a que esta normativa se basa en descripciones que obtenemos a consecuencias de las conductas humanas, ya que así obtenemos como las mismas definen su mundo y su entorno, la teoría de este paradigma cualitativo proporciona nueva información ya sea para reforzarla o para actualizarla.

Gómez (2006) señala que bajo la perspectiva cuantitativa, la recolección de datos es equivalente a medir. Sin embargo de acuerdo con la definición clásica del término, medir significa asignar números a objetos y eventos de acuerdo a ciertas reglas. Muchas veces el concepto se hace observable a través de referentes empíricos asociados a él.

Galeano (2004) menciona: *“Los estudios de corte cuantitativo pretenden la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva. Su intención es buscar la exactitud de mediciones o indicadores sociales con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias”*.

Hurtado y Toro (1998). *“Dicen que la investigación Cuantitativa tiene una concepción lineal, es decir que haya claridad entre los elementos que conforman el problema, que tenga definición, limitarlos y saber con exactitud donde se inicia el problema, también le es importante saber qué tipo de incidencia existe entre sus elementos”*

Según Herrera y Otros, (2004); indican acerca de la investigación cualitativa y cuantitativa lo siguiente.

### **CUADRO COMPARATIVO ENTRE PARADIGMA CUALITATIVO Y CUANTITATIVO**

Paradigma cualitativo	Paradigma cuantitativo
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Más propio de las ciencias humanas</b></li> <li>• <b>Privilegia técnicas cualitativas</b></li> <li>• <b>Realidad única, irrepetible</b></li> <li>• <b>Busca la comprensión de los fenómenos sociales</b></li> <li>• <b>Observación naturalista</b></li> <li>• <b>Enfoque contextualizado</b></li> <li>• <b>Perspectiva desde dentro</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Más propio de las ciencias naturales</li> <li>• Privilegia técnicas cuantitativas</li> <li>• Realidad repetible</li> <li>• Busca causas de los hechos que estudia</li> <li>• Medición controlada</li> <li>• Enfoque universalista</li> <li>• Perspectiva desde afuera</li> <li>• Orientado a la comprobación inferencias replicables de hipótesis</li> </ul>

• <b>Orientado a la formación de hipótesis</b>	• Énfasis en el resultado final
• <b>Énfasis en el proceso</b>	• Generalizable: estudio de casos independientemente del contexto
• <b>No generalizable: estudio de casos de su contexto</b>	• Fragmentario
• <b>Holístico</b>	• Asume una realidad estable
• <b>Asume una realidad dinámica</b>	• Progreso continuo y lineal de la ciencia
• <b>Progreso de la ciencia dialectico</b>	• Investigación de expertos

**Tabla 3.1.** Cuadro comparativo entre paradigma cualitativo y cuantitativo

Según Mendoza (2006), *“La metodología cualitativa, como indica su propia denominación, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad”*.

*En sus conclusiones Mendoza (2006), dice “La investigación cualitativa da cuenta de la credibilidad de la comunicación, o de los conceptos, o de los beneficios ofrecidos. Los estudios cualitativos observan al individuo encuestado, por un lado, y por otro lado observan el producto, u objeto de la investigación y sobre la que se encuesta y que es el estímulo generador de determinadas conductas entre los individuos”*.

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

Nuestra investigación se basara en dos modalidades, siendo esta la investigación de campo y la investigación documental. La investigación de campo por que la investigación va a realizarse en el lugar donde se encontró los hechos y va de forma directa a la realidad de la empresa; y documental porque se profundizara los hechos y sucesos con teoría, criterios etc.

Según Herrera y Otros, (2004); dicen que *“La investigación de campo es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen. Esta permite tomar contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto”*.

Según Herrera y Otros, (2004) dicen que *“La investigación documental tiene el*

*propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos, o en libros, revistas, etc.”.*

### **3.3. Nivel o Tipo de Investigación**

El tipo de mi investigación tiene un nivel de correlación y explicativo; correlacionada porque la incidencia de las variables el latente en la realidad de la empresa y explicativa porque nos ayuda a buscar la relación causa- efecto para los cambios que puedan existir en las variables

Hernández (2004), en su libro de Metodología de la Investigación. Menciona que la investigación Correlacional *“Tiene como objetivo medir el grado de relación que existe entre dos o más conceptos o variables, en un contexto en particular. En ocasiones solo se realiza la relación entre dos variables, pero frecuentemente se ubican en el estudio relaciones entre tres variables.”*

Así mismo también menciona que la investigación Explicativa *“Buscan encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos. Su objetivo último es explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste”.*

### **3.4. Población y Muestra**

#### **3.4.1. Población**

Según dice Herrera y Otros (2004), que *“la población es la totalidad de los elementos a investigar respecto a ciertas características. En muchos casos, no se puede investigar a toda la población, sea por razones económicas, por falta de auxiliares de investigación o porque no se dispone de tiempo necesario.”*

Según Hernández (2003), dice: Lo primero que nos interesa es delimitar la población y si pretendemos que esto sea antes de recolectar los datos o durante el proceso. En los estudios cualitativos por lo común la población o el universo no se delimita.

La población total en el Taller de Calzado MG Guzmán se compone de la siguiente manera:



<b>Cargos</b>	<b>Nombres y Apellidos</b>
Gerente Propietario	Medardo Guzmán
Encargadas Área de Producción	Inés Lizano
	Pilar Guzmán
	Xavier Vallejo
	Héctor Supe
	Catalina Guzmán
<b>Población Total</b>	<b>6 personas</b>

*Tabla 3.2. Tabla de Población MG Guzmán*

*Elaborado por: Suquilanda E. (2016)*

### **3.4.2. Muestra**

Según Bernal (2006) la muestra 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*”.

El muestreo es una herramienta para la investigación cuya función es examinar a una parte de la población con la finalidad de conseguir deducciones de dicha población.

Según Hernández (2003) indica “si la población es menor a cincuenta (50) individuos la población es igual a la muestra” es por eso que, en la presente investigación al tener una población de 6 personas se utilizara el total de la población como muestra con un nivel de confianza del 95% establecido para proyectos de investigación.

### 3.5. Operacionalización de Variables

#### 3.5.1 Variable Independiente: Determinación de Costos

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES O CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS INSTRUM.
<p><b>Asignación de costos:</b>            Generalmente las cuotas de aplicación de los gastos indirectos de fabricación se fijan en función unitaria tomando como base alguna actividad homogénea del trabajo de la fábrica y se denomina actividad del denominador, las reglas no</p>	Materia Prima	Asignación Directa	<p>¿Cree usted que el costo del calzado es adecuado?</p> <p>¿En qué se basa la producción?</p> <p>¿En la elaboración de calzado que elemento representa más el costo de su calzado?</p>	Encuesta

determinan las bases de cálculo de este denominador.	Mano de Obra	Asignación Directa	<p>¿Existen registros de materia prima que permitan conocer el valor de los materiales?</p> <p>¿Sabe usted el valor asignado por costos en mano de obra?</p>	Encuesta
	Costos Indirectos de Fabricación	Bases de Asignación	<p>¿Reconoce usted los rubros que abarcan los costos indirectos de fabricación?</p>	

**Tabla 3.3.- Operacionalización de Variable Independiente.**  
**Elaborado por: Suquilanda, C (2016)**

3.5.2. Variable Dependiente: Determinación de precio

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES / CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS INSTRUMENTALES
<p>El <i>precio de venta</i> se conceptualizan como:</p> <p>Es un monto de dinero que debe ser dado a cambio de un bien o un servicio.</p>	<p>Precios base</p> <p>Precio Esperado</p> <p>Precio de Estabilización</p>	<p>Precios de Costo</p> <p>Precios Presupuestado</p>	<p>¿Cree usted que a través del precio asignado al calzado se recupera la inversión realizada?</p> <p>¿Cómo determina el precio de su calzado?</p>	<p>Encuesta</p>

Precio de Estabilización	Precios de Mercado	¿Cree usted que el precio tradicional del calzado abarca los elementos del costo?
	Precios de Mercado	¿Cree usted que el precio del calzado obtenido del mercado abarca todos los elementos del costo?
		¿Cree usted que la asignación de costos incide en el precio?
		¿El precio de su calzado posee utilidad?

**Tabla 3.4. Operacionalización de Variable Dependiente**  
**Elaborado por: Suquilanda, C (2016)**

### 3.6. Plan de recolección de Información

En palabras de Fernández, Cordero y Córdoba (2002) “La recolección de la información depende en gran medida del tipo de investigación y el problema que se estudia. Esta fase del trabajo incluye: seleccionar un instrumento de medición válido y confiable, aplicar el instrumento y codificar las mediciones o datos”

Preguntas básicas		Explicación
a)	<b>¿Para qué?</b>	Determinar la incidencia de la asignación de costos en precio del producto de la empresa de Calzado MG
b)	<b>¿De qué personas u Objeto?</b>	Taller de Calzado MG Guzmán.
c)	<b>¿Sobre qué Aspectos?</b>	Variable Dependiente: Precio de Venta Variable Independiente: Determinación de Costos
d)	<b>¿Quién o Quiénes?</b>	Srta. Carolina Suquilanda
e)	<b>¿A quiénes?</b>	Dto. de Producción y ventas
f)	<b>¿Cuándo?</b>	Marzo del 2016.
g)	<b>¿Dónde?</b>	En la provincia de Tungurahua, Cantón Ambato, Parroquia Atahualpa, Sector Macasto.
h)	<b>¿Cuántas veces?</b>	1 sola vez
i)	<b>¿Cómo?</b>	Encuesta
	<b>¿Qué técnicas de recolección?</b>	
j)	<b>¿Con que?</b>	Transaccional una vez

*Figura 3.1.- Recolección de información  
Elaborado por: Suquilanda, C (2015)*

### 3.7. Plan de Procesamiento de la Información

Para el procesamiento de la información se realiza varios procesos, siendo estas tablas de tabulación para las respuestas encontradas en las Encuestas y las Listas de Chequeo.

Según Herrera y Otros, (2004) “Los datos recogidos se transforman siguiendo ciertos procedimientos entre ellos tenemos: -La revisión crítica de la información recogida; Corregir fallas de contestación; -Tabulación o Cuadros según variables de cada

*hipótesis.”*

Para la presentación de datos Ander- Egg (1984), sintetiza las “*formas de presentación de datos utilizando cuatro procedimientos: Escrita, Semitabular, Tabular, Grafica.*”

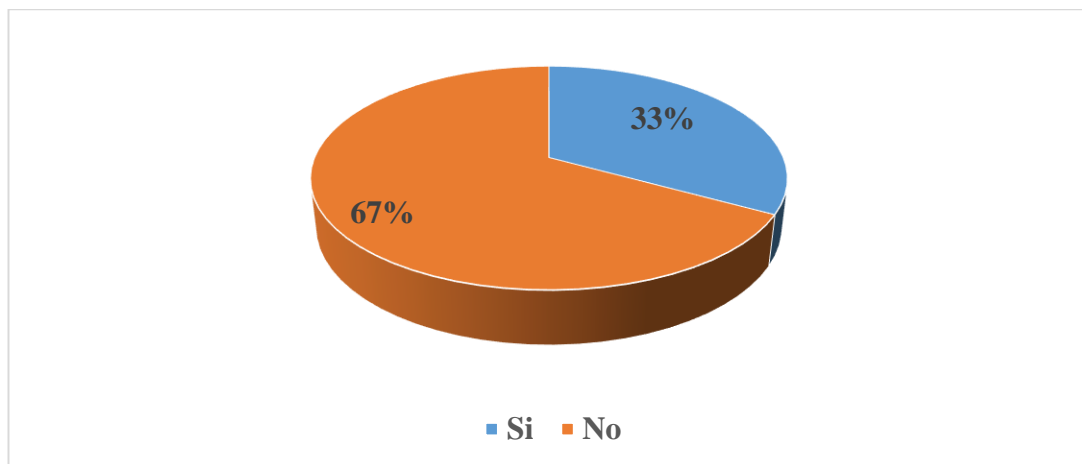
En nuestra investigación emplearemos el siguiente procesamiento:

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

***Repetición de la recolección.*** En ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.

***Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis,*** manejo de información, estudio estadístico de datos para presentación de resultados.

***Representaciones gráficas.*** Se utilizara para la presentación visual porcentual de los resultados cuantificados un gráfico denominado Diagrama de Pastel; el cual nos facilitara en un futuro el conocimiento de los resultados obtenidos de la investigación.



***Gráfico 5: Representación Gráfica de Resultados***  
***Elaborado por: Suquilanda C (2015)***

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

**Análisis de los resultados estadísticos.** Al tener elaborado el gráfico estadístico podremos destacar tendencias o relaciones fundamentales de nuestras variables de acuerdo con los objetivos e hipótesis.

**Interpretación de los resultados.** La interpretación de los resultados lo realizaremos con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.

**Comprobación de hipótesis.** El método estadístico de comprobación de hipótesis a ser utilizado es el método de t-Student; ya que por ser una población menor a 30 nos permitirá medir aspectos cualitativos y cuantitativos de las respuestas obtenidas al momento de realizar la encuesta en el taller de calzado MG Guzmán.

**Establecimiento de conclusiones y recomendaciones.** Explicación del procedimiento de obtención de las conclusiones y recomendaciones. Las conclusiones se derivan de la ejecución y cumplimiento de los objetivos específicos de la investigación. Las recomendaciones se derivan de las conclusiones establecidas.



## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. Análisis de Resultados

El presente proyecto a través del trabajo de campo realizado tuvo por objeto demostrar la hipótesis planteada por medio de una encuesta, permitiendo obtener los resultados de la investigación de campo relacionada con la incidencia de la asignación de costos de producción y la determinación del precio del producto; dicha encuesta fue dirigida a las personas directamente involucradas con la producción y la toma de decisiones, los cuales de alguna manera se encuentran conocen la transformación que sufren los elementos del costo para obtener el calzado, permitiéndonos comprobar la hipótesis planteada.

Cabe recalcar que la encuesta se realizó garantiza la calidad de la información respondiendo a las interrogantes que permita definir el proceso de asignación de costos desde sus inicios, con la finalidad de obtener respuestas claras y precisas, que nos permiten dar un informe de los hallazgos encontrados; que posteriormente se presentara en el siguiente capítulo como conclusiones y recomendaciones.

Además consta la verificación de hipótesis, mecanismo importante para el procesamiento de datos ya tabulados, que a través de la aplicación de la prueba estadística t- student se podrá verificar si existe relación entre la variable independiente y la variable dependiente; para de esta manera dar solución aplicable en la empresa.

Por consiguiente se puede observar de manera sintetizada los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas; mismas que han sido representados en tablas y gráficos que permiten un claro entendimiento de cada una de las preguntas realizadas.

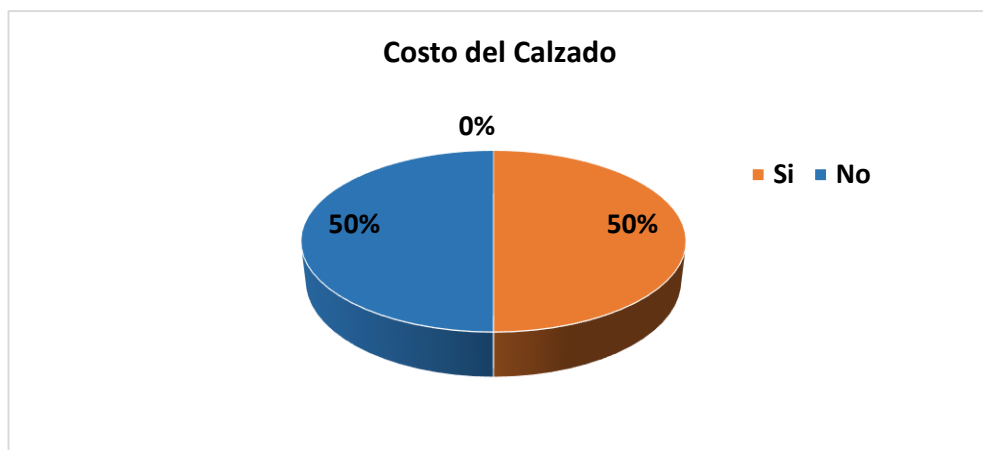
### Pregunta 1: ¿Cree usted que el costo de su calzado es adecuado?

**Tabla 4.1.-** Costo Adecuado

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	3	50%	50%
No	3	50%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	

*Fuente:* Encuesta realizada al personal del taller.

*Elaborado por:* Suquilanda, C (2016)



**Gráfico 4.1.-** Costo adecuado

**Fuente:** Tabla 4.1

**Elaborado por:** Suquilanda, C. (2016)

#### Análisis

De las 6 personas encuestadas, se determina que el 50% de las personas indican que el precio del calzado en el taller no es adecuado; pudiendo ser causante de esto la inadecuada asignación de costos; sin embargo el otro 50% de las personas encuestadas indican que el costo del calzado es adecuado; puesto que aseguran tener controles para la determinación de los precios asignados por cada elemento del costo.

#### Interpretación

En consideración a lo anteriormente expuesto podemos decir, que en el taller de calzado el costo es inadecuado; puesto que en los resultados que afirma que el costo calzado es adecuado se basa a una asignación tradicional, por lo que nos muestra que no existe una asignación correcta ni adecuada según los procedimientos contables

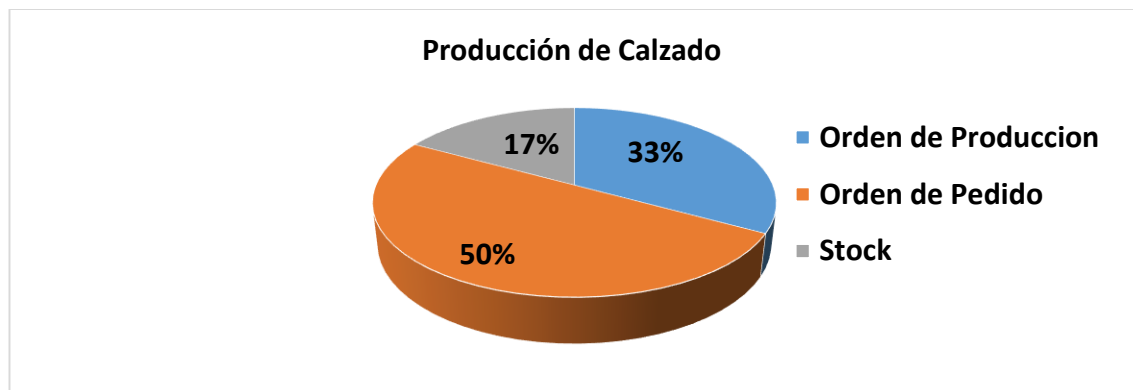
**Pregunta 2: ¿En que se basa la producción de su calzado?**

**Tabla 4.2.-** Producción de Calzado

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Orden de Producción	2	33%	33%
Ordenes de Pedidos	3	50%	88%
Stock	1	17%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	

*Fuente:* Encuesta realizada al personal del taller.

*Elaborado por:* Suquilanda, C (2016)



**Gráfico 4.2.-** Producción de Calzado

**Fuente:** Tabla 4.2

**Elaborado por:** Suquilanda, C. (2016)

**Análisis**

De las 6 personas encuestadas, se determina que el 50% de las personas indican que la producción de calzado en la actualidad se basa a las órdenes de pedido realizadas por los clientes de la empresa; así también el 33% de las personas encuestadas piensa q su producción más se basa a las base diaria determinada por la empresa y solo un 17% basa su producción para mantener en stock.

**Interpretación**

Podemos decir, que en el taller de calzado debido a la actual situación en la que se encuentra el mercado, su producción se basa a las órdenes de pedido emitidas por los clientes; sin embargo el taller al poseer una base de 28 docenas en su producción se preocupa por cumplirla en su totalidad; por lo que como resultado se obtiene que la

producción sea para mantener en Stock.

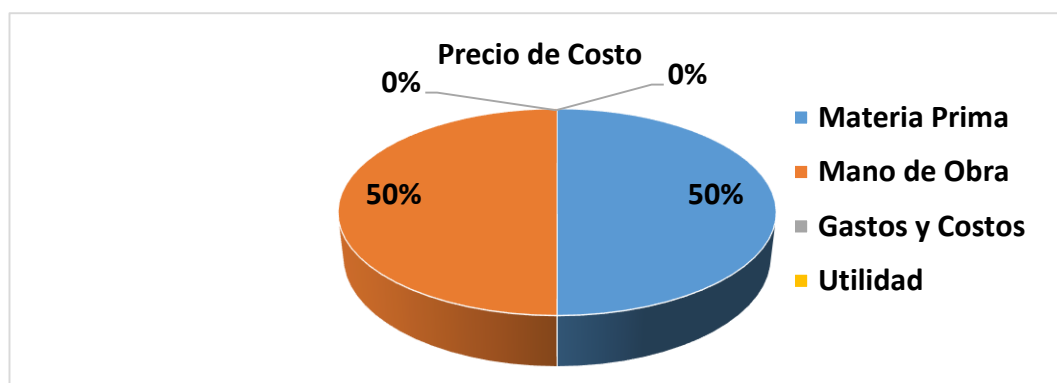
**Pregunta 3. ¿En la elaboración de calzado que elemento representa más el costo de su calzado?**

**Tabla 4.3.- Precio de Costo**

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Materia Prima	3	50%	50%
Mano de Obra	3	50%	100%
Gastos y Costos	0	0	0
Utilidad	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Encuesta realizada al personal del taller.*

*Elaborado por: Suquilanda, C (2016)*



**Gráfico 4.3.- Precio de Costo**

**Fuente:** Tabla 4.3

**Elaborado por:** Suquilanda, C. (2016)

### **Análisis**

De las 6 personas encuestadas, se determina que el 50% de las personas indican que el precio de costo es abarcado por la materia prima; el otro 50% de las personas encuestadas indican que el precio de costo es abarcado por la mano de obra; así mismo podemos observar que tantos los costos y gastos como la utilidad para las personas encuestadas no representan un porcentaje significativo en el precio.

### **Interpretación**

El taller cree que el precio de su calzado se basa en la materia prima y la mano de obra;

ya que estos dos componentes del costos son los que poseen valores relevantes; sin embargo para obtener el costo de calzado también se toman en cuenta rubros como los costos indirectos de fabricación y la utilidad; mismos que por mantener en el mercado no se toman en cuenta.

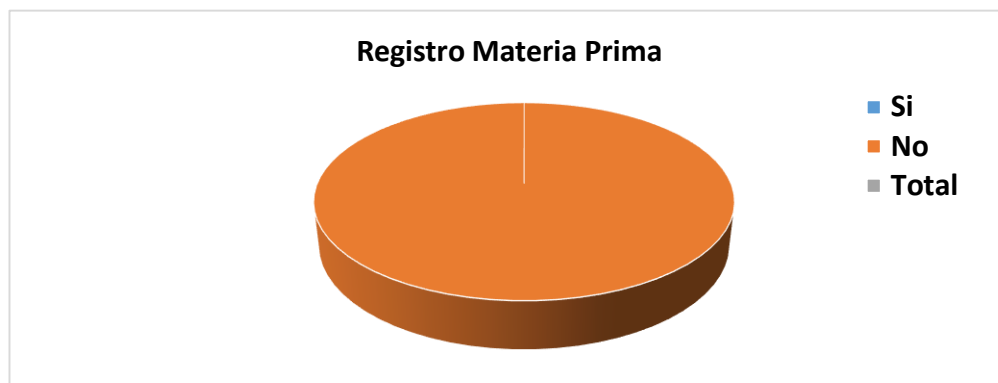
**Pregunta 4. ¿Existen registros de los valores asignados de materia prima?**

**Tabla 4.4.-** Registro de Materia Prima

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	0	0%	0%
No	6	100%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	

*Fuente:* Encuesta al personal del taller.

*Elaborado por:* Suquilanda C (2016)



**Gráfico 4.4.-** Registro Materia Prima

**Fuente:** Tabla 4.4

**Elaborado por:** Suquilanda, C. (2016)

**Análisis**

Encontramos que el 100% de las personas encuestadas afirman la inexistencia de un registro de materia prima que permita conocer el valor asignado para la materia prima.

**Interpretación**

Al afirmar que no existe un sistema de registro para la materia prima; lo cual no permite que se pueda conocer el valor de la materia prima utilizada, ni de la materia prima a asignar, siendo este uno de los motivos principales del desconocimiento del precio de costo real.

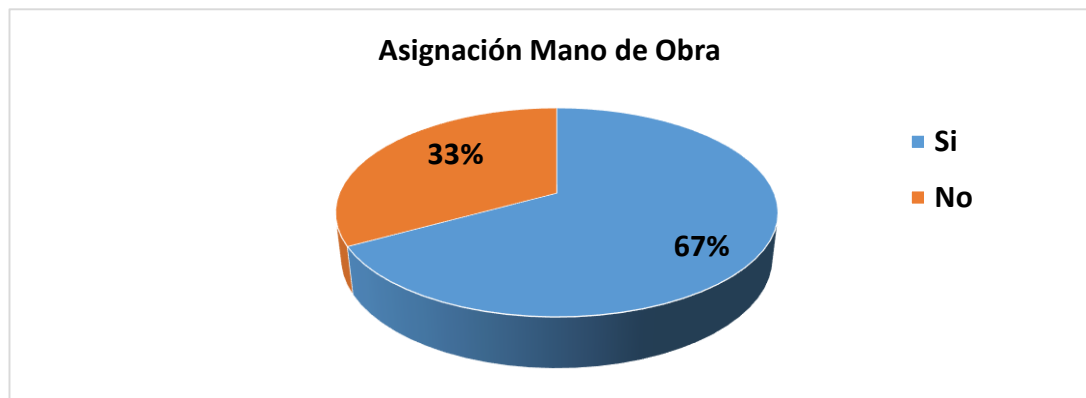
**Pregunta 5. ¿Sabe usted el valor asignado por costos en mano de obra?**

**Tabla 4.5.- Costo Adecuado**

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	2	33%	33%
No	4	67%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Encuesta al personal del taller.*

*Elaborado por: Suquilanda C (2016)*



**Gráfico 4.5.- Asignación Mano de Obra**

**Fuente:** Tabla 4.5

**Elaborado por:** Suquilanda, C. (2016)

**Análisis**

Se determina que el 67% de las personas indican desconocen el valor asignado en cuanto a mano de obra; y el 33% tiene un valor en el costo de mano de obra de manera tradicional; mismo que no abarca con otros costos de mano de obra relacionados directamente con la producción.

**Interpretación**

En consideración a lo anteriormente expuesto podemos decir, que en el taller de calzado el costo en relación a la mano de obra es inadecuado ya que este al ser un valor asignado de forma tradicional; no toma en cuenta otros rubros que al ser asignados variarían el costos del calzado.

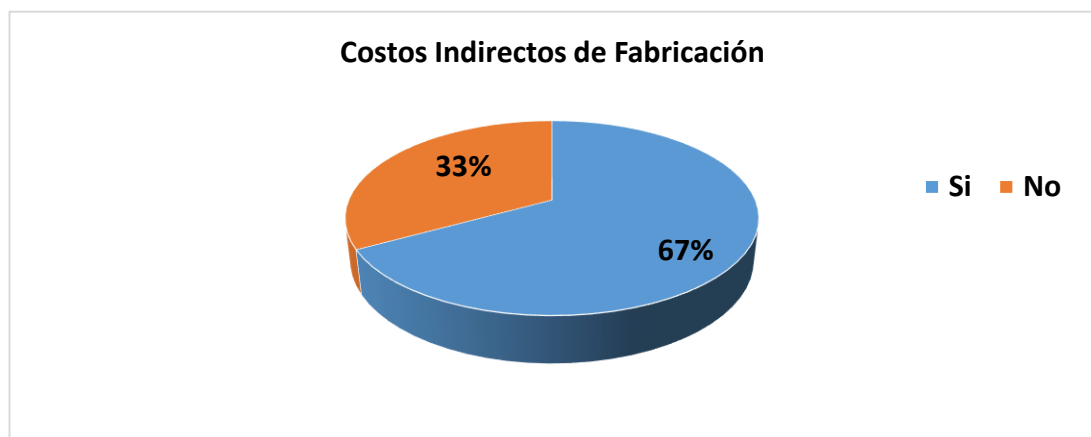
**Pregunta 6. ¿Reconoce usted los rubros que abarcan los costos indirectos de fabricación?**

**Tabla 4.6.- Costos Indirectos de Fabricación**

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	2	33%	33%
No	4	67%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Encuesta al personal del taller.*

*Elaborado por: Suquilanda C (2016)*



**Gráfico 4.6.- Costos Indirectos de fabricación**

**Fuente:** Tabla 4.6

**Elaborado por:** Suquilanda, C. (2016)

### **Análisis**

El 67% de las personas encuestadas indican que no identifican los rubros que abarcan los costos indirectos de fabricación; mientras que para el 33% al tener un grado más de conocimiento reconoce los costos indirectos de fabricación; sin embargo no han realizado ningún tipo de tratamiento para dichos gastos.

### **Interpretación**

En base a los resultados expuestos anteriormente podemos deducir que el desconocimiento en costos indirectos de fabricación es alto; lo que provoca la omisión de ciertos gastos al obtener el precio de costo.

**Pregunta 7. ¿Existe una adecuada asignación de los costos indirectos de fabricación?**

**Tabla 4.7.-** Asignación de CIF

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	0	0%	0%
No	6	100%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Encuesta al personal del taller.*

*Elaborado por: Suquilanda C (2016)*



**Gráfico 4.7.-** Asignación de CIF

**Fuente:** Tabla 4.7

**Elaborado por:** Suquilanda, C. (2016)

### **Análisis**

Encontramos que el 100% de las personas encuestadas afirman la inexistencia de una asignación en relación a los costos indirectos de fabricación.

### **Interpretación**

En base a los resultados obtenidos podemos observar que, la omisión de una asignación de costos indirectos de fabricación es un motivo para que el precio en los costos del calzado varíe; ya que, al tener un desconocimiento de dichos rubros no se reconoce que gastos se involucran en los costos del producto o en el estado de resultados.



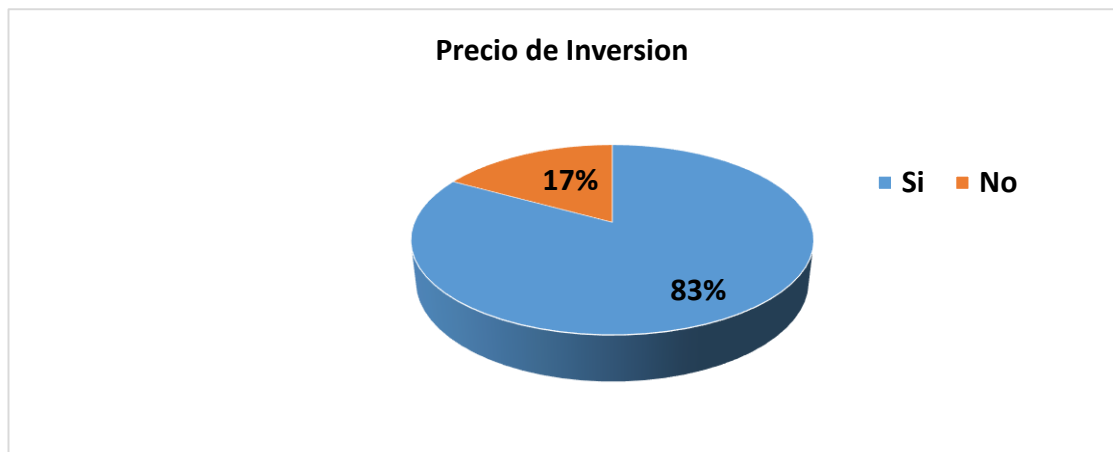
**Pregunta 8. ¿Cree usted que el precio asignado del calzado recupera la inversión realizada?**

**Tabla 4.8.- Precio de Inversión**

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	5	83%	83%
No	1	17%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Encuesta al personal del taller.*

*Elaborado por: Suquilanda C (2016)*



**Gráfico 4.8.- Precio de Inversión**

**Fuente:** Tabla 4.8

**Elaborado por:** Suquilanda, C. (2016)

### **Análisis**

Podemos observar que el 83% de las personas encuestadas no creen que el precio que tiene el calzado represente su inversión; por lo tanto el 17% cree que el valor establecido abarca la inversión y una posible utilidad.

### **Interpretación**

La mayor parte que conforman nuestra muestra están conscientes de que no se recupera la inversión realizada; debido a que por la situación actual del mercado han tenido que adaptarse a los cambios en el mismo; siendo el principal la competencia desleal existente.

### Pregunta 9. ¿Cómo determina el precio de su calzado?

Tabla 4.9.- Precio de Calzado

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Tradicionalmente	3	50%	50%
Costo del Mercado	3	50%	100%
Mét. de Asignación de Costos	0	0	100%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuesta al personal del taller.

Elaborado por: Suquilanda C (2016)

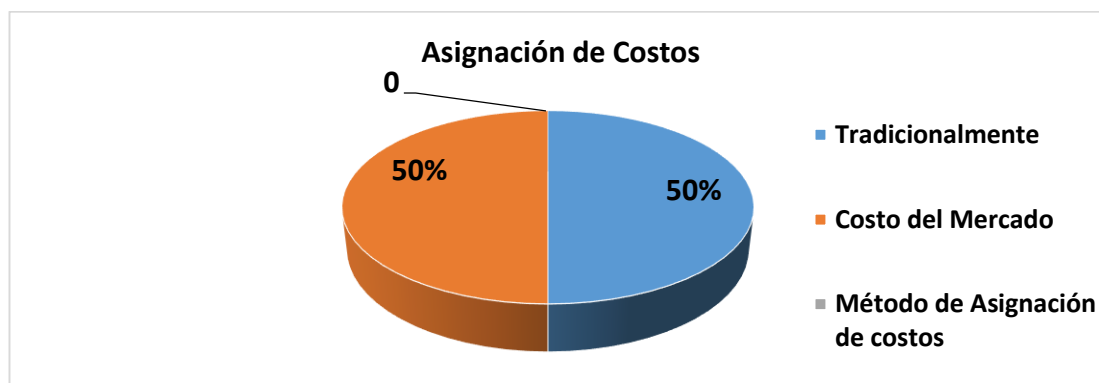


Gráfico 4.9.- Asignación de Costos

Fuente: Tabla 4.9

Elaborado por: Suquilanda, C. (2016)

### Análisis

Podemos observar que el 50% de las personas encuestadas indican que su precio se establece de manera tradicional; así mismo el otro 50% expresa que su precio se basa a los costos que presenta al mercado demostrando que no existe ningún método de asignación en el taller de calzado.

### Interpretación

Podemos observar que en el taller de calzado tratan de mantener un precio adecuado tomando en cuenta como base un precio calculado en relación a su experiencia; es decir, tradicionalmente; adaptando el precio a los que abarcan el mercado.

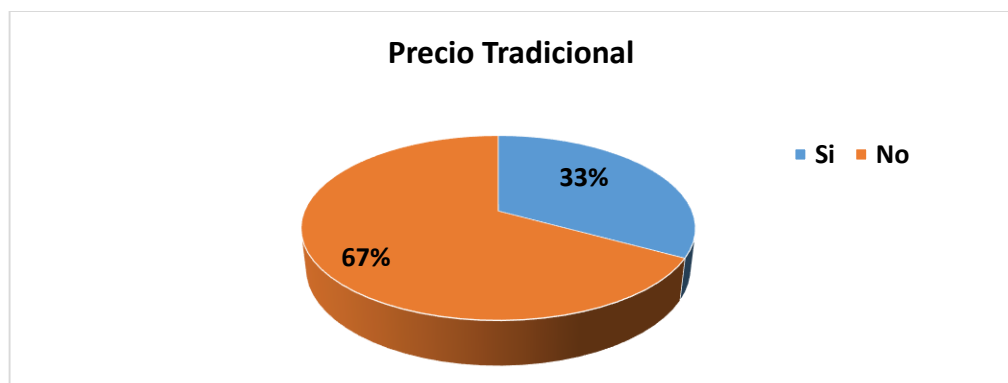
**Pregunta 10. ¿Cree usted que un precio tradicional del calzado abarca todos los elementos del costo?**

**Tabla 4.10.- Precio Tradicional**

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	2	33%	33%
No	4	67%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Encuesta al personal del taller.*

*Elaborado por: Suquilanda C (2016)*



**Gráfico 4.10.- Precio de Costo Tradicional**

**Fuente:** Tabla 4.10

**Elaborado por:** Suquilanda, C. (2016)

### **Análisis**

Podemos observar que en un 67% de las personas encuestadas están de acuerdo que el precio establecido de acuerdo a una tradición no abarca todos los elementos de los costos; sin embargo con un 33% de las personas encuestadas creen que el precio establecido por tradición abarca todos los costos necesarios.

### **Interpretación**

El taller de calzado MG Guzmán al no asignar sus precios por un método de asignación de costos; basa la obtención de este valor por medio de su larga experiencia de 31 años; lo cual en muchos casos les ha dado seguridad para implementarlo.

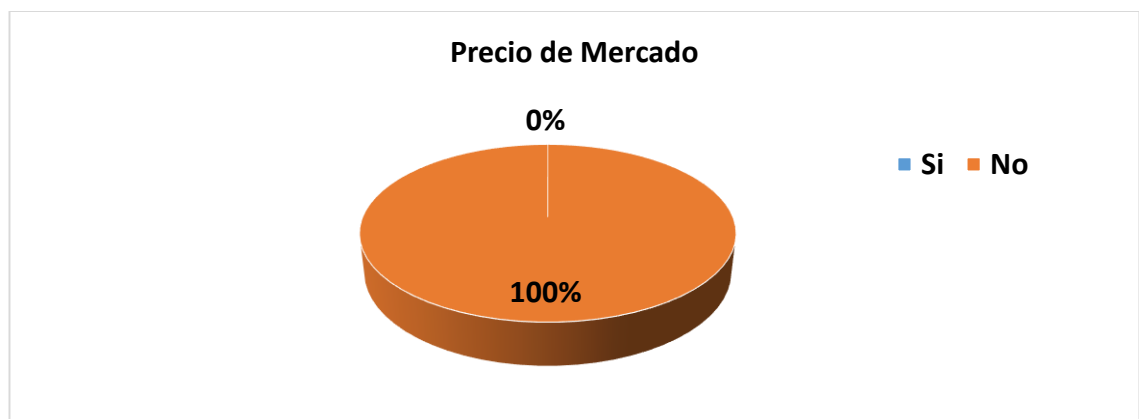
**Pregunta 11. ¿Cree usted que el precio obtenido de un mercado abarca todos los elementos del costo?**

**Tabla 4.11-** Precio de Mercado

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	0	0%	0%
No	6	100%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Encuesta al personal del taller.*

*Elaborado por: Suquilanda C (2016)*



*Gráfico 4.11.- Precio de Mercado*

**Fuente:** Tabla 4.11

**Elaborado por:** Suquilanda, C. (2016)

### **Análisis**

En el taller de calzado el 100% está de acuerdo que el precio de mercado no abarcan los costos que implica la producción de calzado.

### **Interpretación**

Las personas encuestadas indican su inconformidad al tener que adaptar muchas veces su precio a los existentes en el mercado; puesto que muchos de estos no consideran ni los rubros principales en el costo del calzado.

**Pregunta 12. ¿Cree usted que el precio de venta es adecuado?**

**Tabla 4.12.-** Incidencia Precio

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	0	0%	0%
No	6	100%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	

*Fuente: Encuesta al personal del taller.*

*Elaborado por: Suquilanda C (2016)*



**Gráfico 4.12.-** Incidencia en el Precio

**Fuente:** Tabla 4.12

**Elaborado por:** Suquilanda C (2016)

**Análisis**

El taller de calzado MG Guzmán está en un 100% consciente de que el precio asignado no es el adecuado para el calzado.

**Interpretación**

Podemos considerar que en el taller se tiene un conocimiento de que la asignación de costos sea esta por un costo de mercado, o por un costos asignado por tradición no es adecuada; y que incide en el precio.

### Pregunta 13. ¿El precio de su calzado posee utilidad?

**Tabla 4.13.-** Utilidad del Calzado

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	1	17%	17%
No	5	83%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	

*Fuente:* Encuesta al personal del taller.

*Elaborado por:* Suquilanda C (2016)



**Gráfico 4.13.-** Utilidad del Calzado

**Fuente:** Tabla 4.13

**Elaborado por:** Suquilanda, C. (2016)

#### Análisis

Obtenemos que el 83% de las personas encuestadas no creen que el precio que tiene el calzado abarque utilidad; por lo tanto el 17% cree que el precio del calzado tiene una posible utilidad.

#### Interpretación

La mayor parte que conforman nuestra muestra están conscientes de que no se obtiene una utilidad significativa; puesto que influye la obtención del precio de costos.

#### 4.2. Verificación de la Hipótesis

La verificación de hipótesis se realiza con los resultados obtenidos de las entrevistas y encuestas realizadas en Calzado MG Guzmán.

## 1.- Planteo de Hipótesis

### a) Modelo Lógico:

**$H_0$  (Hipótesis Nula):** No hay diferencia significativa entre la asignación de costos de producción y determinación del precio del producto del taller de Calzado MG Guzmán.

**$H_1$  (Hipótesis Alternativa):** Si hay diferencia significativa entre la asignación de costos de producción y determinación del precio del producto del Taller de Calzado MG Guzmán

### b) Modelo Matemático

**$H_0:$**   $p_1=p_2$

**$H_1:$**   $p_1 \neq p_2$

### c) Modelo Estadístico

El modelo estadístico que nos va a permitir verificar la hipótesis con datos cualitativos de una muestra pequeña es la prueba t-student con diferencia de proporciones.

Martínez (2012) expresa la siguiente fórmula para la obtención de la prueba de hipótesis:

$$t = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{\left(\frac{p_1 q_1}{n_1 - 1}\right) + \left(\frac{p_2 q_2}{n_2 - 1}\right)}}$$

Batista (2010), menciona que “*proporción es una fracción o relación numérica porcentual que indica la parte de una población o muestra que tiene una característica de interés particular.*”

Entonces en la presente investigación se entiende como proporción a cada uno de las variables siendo estas: Asignación de Costos de Producción y Precio del Producto en el Taller de Calzado MG Guzmán en el cantón Ambato.

**De donde:**

**bt**= t de Student

**p<sub>1</sub>** =Probabilidad de aciertos de la V.I

**p<sub>2</sub>**= Probabilidad de aciertos de la V.D

**n<sub>1</sub>** = Número de casos de la V.I

**n<sub>2</sub>** = Número de casos de la V.D

**d) Nivel de confianza**

La investigación se realizó con el 95% de nivel de confianza que determina un error de  $\alpha = 0,05$

#### **4.- Regla de Decisión**

En este punto se obtendrá un criterio claro en el que se determina si vamos a utilizar para decidir si la hipótesis nula planteada debe ser o no ser rechazada.

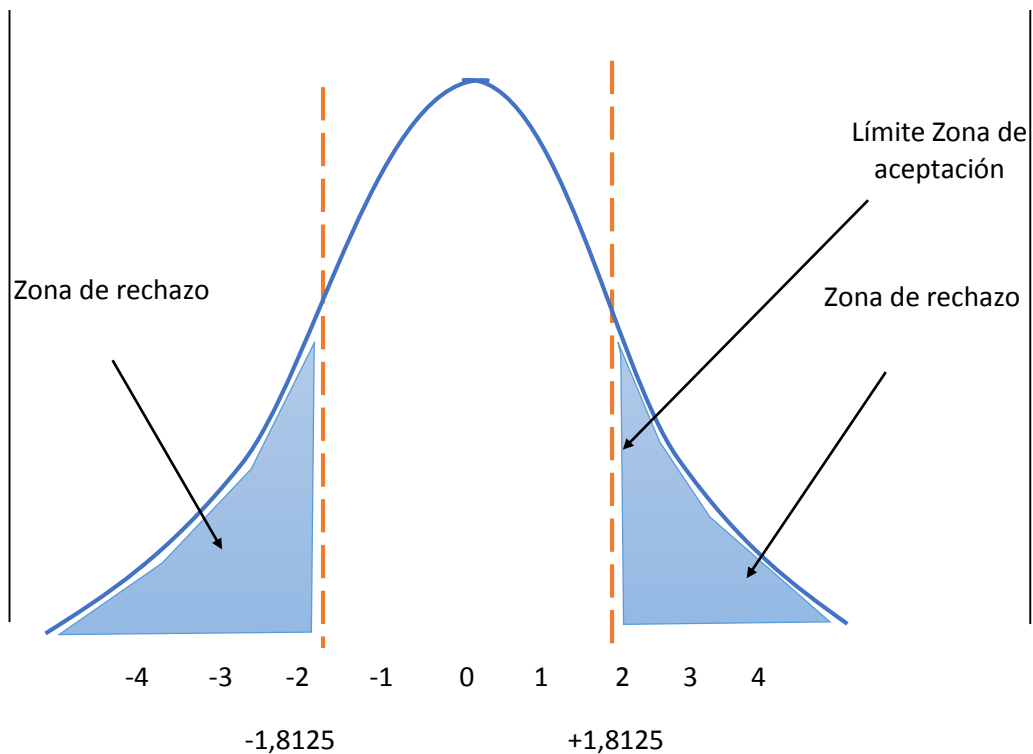
En primera estancia es necesario calcular los grados de libertad.

$$gl= n_1 + n_2 - 2$$

$$gl= 6+6-2=10$$



Con el nivel de confianza de la investigación igual al 95% y 10 grados de libertad se tiene un valor de t-student de la tabla  $t = 1,8125$ .



La regla de decisión queda establecida así:

Se acepta la hipótesis nula si  $t_c < t t$

## 5. Cálculo del modelo estadístico y toma de decisión

### 5.1 Cálculo del modelo estadístico

Para calcular el valor de t student se elige las preguntas más importantes realizadas en la investigación para cada variable.

### 5.2.- Cálculo de T de Student

<b>VI: Asignación de Costos</b> <b>¿Cree usted que el costo de su calzado es adecuado?</b>	<b>Si</b>	<b>3</b>
	<b>No</b>	<b>3</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

<b>VD: Precio del Producto</b> <b>¿Cree usted que el precio de venta es adecuado?</b>	<b>Si</b>	<b>0</b>
	<b>No</b>	<b>6</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

**Tabla 4.2.1-** Cálculo de la *t* de Student  
Elaborado por: Suquilanda, C (2016)

$$p_1 = 3/6 = 0,5$$

$$p_2 = 0/6 = 0$$

$$q_1 = 1 - 0,5 = 0,5$$

$$q_2 = 1 - 0 = 1$$

$$t = \frac{0,5 - 0}{\sqrt{\left(\frac{0,5 * 0,5}{6-1}\right) + \left(\frac{0 * 1}{6-1}\right)}} = 2,236$$

#### 4.- Conclusión

Al obtener una *t* calculada de 2,236, podemos observar que es un valor que esta fuera de la zona de aceptación de  $\pm 1,8125$ , lo que nos permite RECHAZAR la hipótesis nula  $H_0$  y ACEPTAR la hipótesis alterna  $H_1$ , es decir, que basándonos en los resultados obtenidos podemos cerciorar que existe una diferencia significativa entre la asignación de costos y la determinación del precio en el calzado del Taller MG Guzmán.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. CONCLUSIONES

Las conclusiones obtenidas al finalizar el estudio al taller de calzado MG Guzmán son los siguientes:

- A través del estudio realizado en el taller de calzado acerca de la asignación de costos se pudo identificar que la empresa no aplica ningún sistema de costos y mucho menos uno de asignación de costos; por lo que el precio de costo de producción no es efectivo.
  
- Con base a la resultados obtenidos, el taller no tiene en claro en que se basa su producción; así mismo al aceptar que, para establecer sus precios la empresa toma en cuenta los costos obtenidos de acuerdo a la experiencia de 31 años de trabajo, así como también los precios existentes en el mercado; siendo este influenciado por la competencia desleal existente en el mismo; ya sea por los ofertantes o demandantes; provocando como resultado final la determinación de un precio de costos asignado inadecuado y una posible pérdida en la utilidad.
  
- El taller al no llevar un control adecuado en su asignación de los elementos del costo; esto ha provocado que se encuentren limitados al momento de establecer un precio unitario y de venta; al observar los resultados de las preguntas relacionadas con la utilidad del calzado y del valor más representativo en el precio del calzado, se pudo constatar que al obtener un grado de utilidad insignificante, el taller se ha visto en la obligación de abstenerse a inversiones que podrían auxiliar a ciertos inconvenientes por los que ha pasado anteriormente la empresa; siendo el principal la recuperación de cartera.

## 5.2.RECOMENDACIONES

- Designar una persona responsable para la revisión y control de los costos que se asignan a la producción en el taller de calzado; utilizando una sistema de control adecuada para la asignación de cada uno de los elementos de costos; así también se encargara de controlar el cumplimiento de pedidos que ingresan y salen del taller
  
- Establecer un sistema de asignación de costos; para la obtención de valores en los elementos de materia prima indirecta, mano de obra indirectos y de otros costos indirectos de fabricación; mismos que se encuentran en una inadecuada valorización, aplicando el sistema de control de costos podremos establecer una adecuada base de asignación dando como resultado un precio más competitivo y satisfactorio al mercado.
  
- Adoptar un sistema de costos; para una adecuada asignación de los materiales; ya que al contar el taller con órdenes de pedido; se facilitara la obtención de costos, así como también la obtención de un precio de venta adecuado para la generación de utilidad, misma que se verá reflejada en el estado de resultados y en la salida de producto terminado, evitando gastos y costos adicionales al calzado.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1 DATOS INFORMATIVOS**

##### **6.1.1. Título**

Sistema de asignación de costos y la determinación del precio del calzado en el Taller de Calzado Mg Guzmán.

##### **6.1.2. Institución Ejecutora**

Taller de Calzado MG Guzmán

##### **6.1.3. Beneficiario**

Taller de Calzado MG Guzmán

##### **6.1.4 Ubicación**

Ambato, parroquia Atahualpa, Sector Macasto

##### **6.1.5. Tiempo estimado para la Ejecución**

Marzo Abril 2016

##### **6.1.6. Equipo Técnico Responsable**

Investigadora: Carolina Suquilanda

Tutora: Ing. Jeanette Moscoso

Propietario: Medardo Guzmán

##### **6.1.7. Costo**

Para la ejecución del presente trabajo se necesitara un costo total aproximadamente de \$450 (cuatrocientos cincuenta dólares), los cuales están destinados para la implementación de asignación de costos en el taller de calzado MG Guzmán.

## **6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA**

El taller de calzado MG Guzmán se ve en la necesidad de implementar una adecuada asignación de los costos de producción, que le permita obtener un precio de costo aproximado a la realidad; en el taller de calzado MG Guzmán se estima un precio de costos por tradición y un precio de venta por referencia a la situación del mercado.

Al realizarse la presente investigación se identificara diferentes cambios en el taller de calzado, en cuanto se refiere al control y a la asignación de costos, permitiéndole a la empresa al momento de cotizar un nuevo modelo, la obtención de un precio más seguro y verídico.

En la presente investigación se determinó, que el taller no diferencia con claridad los rubros que afectan el costo del calzado y rubros que afectan directamente su situación financiera.

En la investigación se pudo concluir, que la mayor deficiencia en la empresa es la asignación de los Cif's, con esto nos referimos a que el taller no cuenta con ninguna técnica de asignación de los Cif; ya que no reconoce los rubros que integran a este elemento.

## **6.3 JUSTIFICACIÓN**

Se puede realizar la siguiente propuesta; que solucionará en varios escenarios el problema existente en el taller de calzado MG Guzmán.

El Taller de calzado MG Guzmán no cuenta con una adecuada asignación de costos, lo que ocasiona que no se determine correctamente el precio de calzado; siendo estos el precio de costos y el de venta.

En el taller de calzado MG Guzmán siempre ha sido una preocupación el no poder asignar los costos de producción y su desconocimiento del precio del calzado, por lo que se propone establecer controles básicos para la obtención de los rubros de cada uno de los elementos del costo, ya que por medio de su recién adoptada producción por órdenes de pedido será más factible analizar los costos asignados para cada orden.

Al implementar controles en la asignación de cada uno de los elementos del costo facilitara la obtención de un precio más real; permitiendo saber si en el transcurso del tiempo se obtuvo o no una utilidad. Al hablar de la materia prima hablamos de una asignación directa; por lo que para controlar este elemento se necesita saber cuánto es el valor a distribuir por cuero y suelas; así también a pesar de la existencia de roles de pago individuales, se desconoce cuáles son los que se involucran directamente con la producción; y si el valor que está asignado por este elemento representa un valor real. Para el control del valor asignado de los CIF's se deben establecer los rubros que los representan y establecer una base de asignación para poder obtener un valor real por orden de producción.

## **6.4 OBJETIVOS**

### **6.4.1 Objetivo General**

Establecer un sistema de asignación de los CIF's, para contribuir con una adecuada asignación de costos de producción y con un apropiado precio en el calzado.

### **6.4.2 Objetivos Específicos**

- Identificar los rubros para la asignación de costos en una orden de producción.
- Analizar la asignación de Materia Prima Indirecta, Mano de Obra Indirecta y otros Costos Indirectas de Fabricación.
- Establecer Hojas de Costos para la obtención del precio de calzado del Taller de Calzado MG Guzmán.

## **6.5 DEMOSTRACIÓN DE LA PROPUESTA**

<b>ETAPA</b>	<b>PROCESOS</b>
<b>Etapa 1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selección de modelos.</li> <li>• Identificación y clasificación de los materiales.</li> </ul>
<b>Etapa 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asignación de los Elementos del Costo</li> </ul>

<b>Etapas 3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de la Hoja de Costo y determinación del precio del calzado.</li> <li>• Comparación de los precios obtenidos con los precios del taller de Calzado MG Guzmán.</li> </ul>
-----------------	--

**Tabla 6.1.- Etapas de la propuesta**

**Elaborado por:** Suquilanda, C (2016)

Para demostrar la aplicación del método de asignación de costos para determinar el precio del calzado en el taller de calzado MG Guzmán, se procede realizar cada una de las etapas.

### **Etapas 1: Selección de Modelos y clasificación de los materiales.**

#### **Casual.**

Siendo el zapato casual su producto estrella, tomamos como prioridad la obtención del costo en estos modelos.

Aproximadamente la empresa cuenta con un total de 120 modelos en casual semipunton y 53 modelos en casual punton.



#### **Materia Prima:**

Cuero Semibrillo y Suela Nicolaco

#### **Mano de Obra:**

MO Montaje

MO Aparado

#### **Costos indirectos fabricación:**

Materia Prima Indirecta: Pega, látex, cartón, forro, plantillas, etiquetas, etc.

Mano de Obra Indirecta: Mantenimiento

Otros Costos: Servicios Básicos.



## Bota Industrial



### **Materia Prima:**

Cuero Nobuck y Suela Ford

### **Mano de Obra:**

MO Montaje

MO Aparado

### **Costos indirectos fabricación:**

Materia Prima Indirecta: Pega, látex, cartón, forro, plantillas, etiquetas, etc.

Mano de Obra Indirecta:

Mantenimiento

Otros Costos: Servicios Básicos.



### **Urbanos**

### **Materia Prima:**

Cuero Nobuck y Suela Ford

### **Mano de Obra:**

MO Montaje

MO Aparado

### **Costos indirectos**

### **fabricación:**

Materia Prima Indirecta: Pega, látex, cartón, forro, plantillas, etiquetas, etc.

Mano de Obra Indirecta:

Mantenimiento

Otros Costos: Servicios Básicos.

## Etapa 2.- Asignación de Costos

### MATERIA PRIMA

Para la asignación de materia prima aplicaremos el método Russ and Small en el cuero y una aplicación directa de costos en el valor de la suela.

El método Russ and Small según Rivas (2013) , “*es el método que sirve para el cálculo del consumo de piel y forro para un par de zapatos y es el más utilizado actualmente por las empresas manufactureras de calzado. Este método es el más recomendado para un mínimo de consumo*”.

### Asignación de Cuero

Modelo	Material Primo	Total dcm papel	Prom por Pieza	2º Desperd Calidad Piel	% Desp Tipo de Piel	Dcm Desperdicio	Tolerancia Cuero	Total Dcm por Par	Total Dcm por Docena	Precio Dcm Cuero	Total
Casual	Cuero	22,71	3,67	19,3	0,01	22,94	25%	23,17	278,03	\$ 0,18	\$ 50,05
Bota	Cuero	27,5	6,43	29,2	0,01	27,78	25%	28,06	336,66	\$ 0,28	\$ 94,27
Urbano	Cuero	18,5	4,625	29,2	0,01	18,69	25%	18,87	226,49	\$ 0,28	\$ 63,42

**Tabla 6.5.1 Asignación de Piel por modelo**

**Elaborado por:** Suquilanda, C. (2016)

### Asignación de la Suela

Al poseer una facilidad en distribución y reconocimiento, se asigna de manera directa el uso de las suelas en el calzado, obteniendo los siguientes datos:

Modelo	Material Primo	Cantidad	Precio Par	Total Docena
<b>Casual</b>	Suela	12	\$ 2,48	\$ 29,76
<b>Bota</b>	Suela	12	\$ 4,14	\$ 49,68
<b>Urbano</b>	Suela	12	\$ 2,50	\$ 30,00

**Tabla 6.5.2 – Asignación de Suelas por modelo.**

**Elaborado por:** Suquilanda, C. (2016)

## Asignación de otros materiales directos.

### Casual

<b>Otros Materiales Directos</b>	
<b>Puntera</b>	\$ 0,49
<b>Dentro</b>	\$ 1,67
<b>Elástico</b>	\$ 0,52
<b>Forro Corte y Plantilla</b>	\$ 2,40
<b>Marcas</b>	\$ 0,72
<b>Esponja</b>	\$ 0,97
<b>Plantilla Armada</b>	\$ 2,70
<b>Total</b>	\$ 9,47

*Tabla 6.5.2 – Asignación de otros materiales directos casual.  
Elaborado por: Suquilanda, C. (2016)*

### Bota

<b>Otros Materiales Directos</b>	
<b>Puntera</b>	\$ 0,49
<b>Dentro</b>	\$ 1,67
<b>Cordón</b>	\$ 2,16
<b>Forro de Corte y Plantilla</b>	\$ 7,60
<b>Marcas</b>	\$ 0,82
<b>Esponja</b>	\$ 1,32
<b>Plantilla Armada</b>	\$ 2,70
<b>Papel</b>	\$ 1,25
<b>Hilo Suela</b>	\$ 0,03
<b>TOTAL</b>	\$ <b>18,04</b>

*Tabla 6.5.3 – Asignación de otros materiales directos bota.  
Elaborado por: Suquilanda, C. (2016)*

### Botín Urbano PP

<b>Otros Materiales Directos</b>	
<b>Puntera</b>	\$ 0,49
<b>Dentro</b>	\$ 1,67

<b>Cordón</b>	\$ 2,02
<b>Forro Corte y Plantilla</b>	\$ 7,50
<b>Marcas</b>	\$ 0,72
<b>Esponja</b>	\$ 0,97
<b>Plantilla Armada</b>	\$ 2,70
<b>Total</b>	\$ 16,07

**Tabla 6.5.4 – Asignación de otros materiales directos urbano.**  
**Elaborado por: Suquilanda, C. (2016)**

## MANO DE OBRA

A continuación presentamos el listado de los obreros que conforman el proceso de montaje; expresando el costos que se invierte al mes por sus servicios.

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>SUELDO</b>	<b>11,15%</b>
<b>1</b>	Camacho Tonato Norma Piedad	\$ 133,00	\$ 20,40
<b>2</b>	Chimborazo Cují Blanca Erminia	\$ 366,00	\$ 40,81
<b>3</b>	Chimborazo Cují Ana Lucia	\$ 366,00	\$ 40,81
<b>4</b>	Chimborazo Tipantaxi Eduardo M	\$ 366,00	\$ 40,81
<b>5</b>	Cují Llundo Norma Elizabeth	\$ 366,00	\$ 40,81
<b>6</b>	Chango Analuisa Diego Lizardo	\$ 366,00	\$ 40,81
<b>7</b>	Chango Edison Fernando	\$ 366,00	\$ 40,81
<b>8</b>	Moya Bonilla Edisson Saúl	\$ 366,00	\$ 40,81
<b>9</b>	Lupe Angélica Chimborazo Cují	\$ 366,00	\$ 40,81
<b>10</b>	Yánez Chano Blanca Esther	\$ 366,00	\$ 40,81
<b>11</b>	Yánez Chano María Angélica	\$ 366,00	\$ 40,81
<b>12</b>	Palacios Chiriguaya Carlos Alberto	\$ 366,00	\$ 40,81
<b>13</b>	Talahua Chimborazo Nelson Alejandro	\$ 400,00	\$ 40,81
<b>14</b>	Guzmán Pilar Del Roció	\$ 600,00	\$ 40,81
<b>15</b>	Yánez Chano Luis Alfonso	\$ 600,00	\$ 40,81
<b>16</b>	Toapanta Chano Luis Rolando	\$ 366,00	
	<b>TOTAL</b>	\$ 6.125,00	\$ 591,73

<b>HORAS EXTRAS</b>	\$ 95,00	
<b>TOTAL REMUNERACIONES</b>	\$ 6.220,00	
<b>BONIFICACIONES</b>	\$ 591,73	
<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>	<b>\$ 6.811,73</b>	

**Tabla 6.5.5 – Asignación de Mano de Obra Montaje.**  
**Elaborado por: Suquilanda, C. (2016)**

Al tener el mismo tiempo de proceso en los zapatos seleccionados, procedemos a contabilizar la producción del mes; para la asignación directa de la mano de obra.

En este proyecto como hacemos énfasis en el mes de Marzo obtuvimos un total de 301 docenas de calzado producidas; obteniendo la siguiente asignación por mano de obra directa en lo referente a montaje del zapato.

Se debe mencionar que el aparado de los zapatos se realizan fuera del taller de calzado; sin embargo, como este tiene un costo fijo por docena se le asigna directamente como se encuentra expresado a continuación:

#### **Mano de Obra Casual y Urbanos.**

<b>MO Montaje</b>	<b>\$ 22,63</b>
<b>MO Aparado</b>	<b>\$ 15,00</b>
<b>Total MO por Docena</b>	<b>\$ 37,63</b>

**Tabla 6.5.6 – Asignación de Mano de Obra Total Casual y Urbano.**  
**Elaborado por: Suquilanda, C. (2016)**

#### **Mano de Obra Bota.**

<b>MO Montaje</b>	<b>\$ 22,63</b>
<b>MO Aparado</b>	<b>\$ 17,00</b>
<b>Total MO por Docena</b>	<b>\$ 39,63</b>

**Tabla 6.5.7 – Asignación de Mano de Obra Total Bota.**  
**Elaborado por: Suquilanda, C. (2016)**

#### **Costos Indirectos de Fabricación**

Para el método de asignación de los CIF's hemos encontrado los siguientes rubros a

distribuirse. Es importante tener en cuenta que las docenas producidas en el mes analizado corresponden a 301 docenas.

### Costos Indirectos Totales

<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Base de Asignación</b>
Fundas	\$ 49,28	Mensual	Unidades Producidas
Costales	\$ 24,00	Mensual	Unidades Producidas
Látex	\$ 264,12	Mensual	Unidades Producidas
Pega Blanca	\$ 58,00	Mensual	Unidades Producidas
Pega verde	\$ 198,00	Mensual	Unidades Producidas
Halogenantes	\$ 73,13	Mensual	Unidades Producidas
Pega Amarilla	\$ 126,00	Mensual	Unidades Producidas
Acabados y reata	\$ 123,41	Mensual	Unidades Producidas
(cartón, números, plast etc)			
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 915,93</b>		

**Tabla 6.5.8 – Asignación de Costos Indirectos de Fabricación MPI**

**Elaborado por: Suquilanda, C. (2016)**

La materia prima indirecta se asigna de acuerdo a las unidades producidas ya que los tipos de calzado a elaborar tienen el mismo tiempo de procesamiento, así como también el mismo tipo de preparación.

Asignación de Materia Prima Indirecta por unidades producidas:

$$\frac{\text{Gastos Indirectos de fabricación}}{\text{Unidades Producidas}} = \text{Cuota de aplicación CIF}$$

$$t = \frac{\$ 915,93}{801 \text{ Docenas}} = \$ 1,14348 \text{ por docenas}$$

<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	<b>Total</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Base de Asignación</b>
Mantenimiento	\$ 400,00	Mensual	Horas Hombre
Jefe de Producción	\$ 600,00	Mensual	Horas Hombre
Alimentación Empleados	\$ 60,00	Mensual	Horas Hombre
<b>Total</b>	<b>\$ 1.060,00</b>		

**Tabla 6.5.9 – Asignación de Costos Indirectos de Fabricación MOI**  
**Elaborado por: Suquilanda, C. (2016)**

Asignación de Mano de Obra en relación a las horas laboradas.

$$\frac{\text{Gastos Indirectos de fabricación}}{\text{Horas laboradas}} = \text{Cuota de aplicación CIF}$$

$$t = \frac{\$1060,00}{240 \text{ Horas T.}} = \$ 4,4166667$$

<b>OTROS</b>	<b>Total</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Base de Asignación</b>
Depreciación	\$ 300,00	Mensual	Horas Maquina
Luz	\$ 792,95	Mensual	Horas Maquina
Agua	\$ 96,91	Mensual	Horas Maquina
Teléfono	\$ 29,71	Mensual	Horas Maquina
<b>Total</b>	<b>\$ 1.219,57</b>		

**Tabla 6.5.10 – Asignación de Costos Indirectos de Fabricación.**  
**Elaborado por: Suquilanda, C. (2016)**

Asignación de Mano de Obra en relación a las horas laboradas.

$$\frac{\text{Gastos Indirectos de fabricación}}{\text{Horas Maquinaria}} = \text{Cuota de aplicación CIF}$$

$$t = \frac{\$ 1219,57}{165 \text{ Horas T.}} = \$ 7,39133$$

### Etapa 3.- Hojas de Costos y Precios de Calzado.

Realizando los cálculos respectivos presentamos la siguiente hoja de costos.

#### Hoja de Costos

Modelo Casual

Orden	MP	MO	CIF
Orden #1	\$ 89,27	\$ 37,63	\$ 12,95
		<b>Costo Producción</b>	<b>\$ 139,85</b>
		Total Pares	12
		<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 11,65</b>
		25% Utilidad	\$ 2,91
		<b>Precio Venta</b>	<b>\$ 14,56</b>

*Tabla 6.5.11 – Hoja de Costos zapato Casual*

Elaborado por: Suquilanda, C. (2016)

#### Representación de los elementos en relación al costo.

	MP	MO	CIF	TOTAL
<b>Asignación</b>	\$ 89,27	\$ 37,63	\$ 12,95	\$ 139,85
<b>Representación</b>	64%	27%	9%	100%

*Tabla 6.5.12 – Representación % Elementos del Costo Casual*

Elaborado por: Suquilanda, C. (2016)

Debemos que expresar que obtenemos un precio al costo de \$11,65 y un precio para la venta de \$ 14,56. Lo que en relación al precio de costo establecido en el taller por el mercado y por tradición obtiene un precio de \$10,00 por lo que proponen para un precio de venta de \$14,00.

Comparación precios:

Precio taller de Calzado MG Guzmán	\$ 10,00
Precio Hoja de Costos	\$ 11,65
Diferencia	\$ -1,65

Lo que muestra claramente una pérdida desde el precio de costos de \$1,65 que por



docena representa \$19,80; en un supuesto que las 301 docenas elaboradas en el mes sean de este modelo de calzado representaría un perdida al costo del calzado de \$5.959,80; en nuestra producción real se realizó 168 docenas (2016 pares) de casual lo cual representa una pérdida de \$ 3.326,40.

Para el calzado en modelo Bota tenemos la siguiente:

### Hoja de Costos

Orden	MP	MO	CIF
Orden #2	\$ 162,45	\$ 39,63	\$ 12,95
		<b>Costo Producción</b>	<b>\$ 215,03</b>
		Total Pares	12
		<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 17,92</b>
		25% Utilidad	\$ 4,48
		<b>Precio Venta</b>	<b>\$ 22,40</b>

**Tabla 6.5.13 – Hoja de Costos zapato Bota**  
Elaborado por: Suquilanda, C. (2016)

### Representación de los elementos en relación al costo

	MP	MO	CIF	TOTAL
<b>Asignación</b>	\$ 162,45	\$ 39,63	\$ 12,95	\$ 215,03
<b>Representación</b>	76%	18%	6%	100%

**Tabla 6.5.14– Representación % Elementos del Costo Bota**  
Elaborado por: Suquilanda, C. (2016)

En la bota obtenemos un precio al costo de \$17,92 y un precio de venta de \$ 22,40. Lo que en relación al precio de costo establecido en el taller ya sea por influencia del mercado y por los años de experiencia que tiene, otorga un precio de costo de \$16,00 por lo que proponen para un precio de venta de \$17,00.

**Comparación de precios:**

Precio taller de Calzado MG Guzmán	\$ 16,00
Precio Hoja de Costos	\$ 17,92
Diferencia	\$ -1,92

Lo que muestra claramente una pérdida desde el precio de costos de \$1,92 que por docena representa \$23,04; en un supuesto que las 301 docenas elaboradas en el mes sean de este modelo de calzado representaría un pérdida al costo del calzado de \$6.935,04; al tener una producción real de 87 docenas (1044 pares) tenemos una pérdida de \$ 2.004,48.

Y para finalizar el calzado en modelo urbano presenta la siguiente hoja de costos:

**Hoja de Costos**

**Modelo**

Urbano

Orden	MP	MO	CIF
Orden #3	\$ 109,49	\$ 37,63	\$ 12,95
		<b>Costo Producción</b>	<b>\$ 160,07</b>
		Total Pares	12
		<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 13,34</b>
		25% Utilidad	\$ 3,33
		<b>Precio Venta</b>	<b>\$ 16,67</b>

*Tabla 6.5.15 – Hoja de Costos zapato Urbano*

**Elaborado por:** Suquilanda, C. (2016)

**Representación de los elementos en relación al costo**

	MP	MO	CIF	TOTAL
<b>Asignación</b>	\$ 109,49	\$ 37,63	\$ 12,95	\$ 160,07
<b>Representación</b>	68%	24%	8%	100%

*Tabla 6.5.16– Representación % Elementos del Costo Urbano*

**Elaborado por:** Suquilanda, C. (2016)

Como pudimos observar el rubro o elemento de costo que más abarca el costo del calzado en todos los modelos es la materia prima; la cual está compuesta de cuero, las suelas y otros materiales primos.

En el calzado urbano obtenemos un precio al costo de \$13,34 y un precio de venta de \$ 16,67. El precio de costo establecido en el taller ya sea por influencia del mercado y por los años de experiencia que tiene, otorga un precio de costo de \$15,00 por lo que proponen para un precio de venta de \$18,00.

### **Comparación de precios:**

Precio taller de Calzado MG Guzmán	\$ 15,00
Precio Hoja de Costos	\$ 13,34
Diferencia	\$ 1,66

En este modelo de calzado podemos observar que se hace presente una premisa expuesta en el proyecto; la cual se refería, a que algunos modelos de calzado abarcan costos que no le pertenecen al momento de ser valorados. Siendo este un resultado a favor en el precio de costos con \$1,66; al asumir un escenario en donde las 301 docenas realizadas en el mes, corresponden a este modelo se obtendría una ganancia de \$5995,92; sin embargo al ser nuestra producción real en el mes de 45 docenas (540 pares) se obtiene una ganancia de \$893,40.

A pesar de representar una ganancia, esta no compensa por la inversión realizada para la realización de otros modelos.

## BIBLIOGRAFÍA

Amat y Soldevila, O. (2011). *Contabilidad y Gestion de Costes*. Barcelona España: Profit.

Anónimo. (2011). *Blogspot*. Recuperado el 13 de Junio de 2014, de Blogspot: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/08/paradigma-de-investigacion-cuantitativa.html>

Bautista, M. I. (2010). Prueba de hipótesis para proporciones. *slideshare* , 2.

Bravo Valdivieso, M. (2007). *Contabilidad de Costos*. Quito: Nuevodia.

Cabrera Guaman, E. N. (2012). *Implementacion de un Sistema de Contabilidad de Costos y su incidencia en la Presentacion de Estados Financieros de la Empresa Siderúrgica Fundiciones Aceros Industriales Mejia Villavicencio Fiam Cia. Ltda.* Cuenca.

Chicaiza Cola, F. (2005). *Diseño e Implementacion de un Sistema de Costos de Produccion para La Nuez de Macadamia; Estudio del caso de la Empresa Pecuaría Agroindustrial La Vía Láctea S.A.* Quito.

Cook, T. D. (2005). Métodos Cualitativos y Cuantitativos en Investigación Evaluativa. En T. D. Cook, *Cook, Thomas D.* (pág. 28). España: Ediciones Morata.

Cuevas Villegas, C. F. (2001). *Contabilidad de Costos- Enfoque Gerencial y de Gestion*. Bogota- Colombia Ltda.: Pearson Educacion de Colombia.

El Ciudadano. (23 de Julio de 2015). *El Ciudadano*. Obtenido de El Ciudadano: <http://www.elciudadano.gob.ec/ciudad-del-calzado-en-ambato-fortalecera-el-empleo-comercio-y-turismo/>

El Congreso Nacional. (13 de Octubre de 2011). *Superintendencia de Control del Poder de Mercado*. Recuperado el 13 de Junio de 2014, de Ley Organica de Defensa del Consumidor: <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/Ley-Org%C3%A1nica-de-Defensa-del-Consumidor.pdf>

El Heraldo. (19 de Agosto de 2010). *Ecuador produce 28 millones de pares de zapatos al año*. Recuperado el 13 de Mayo de 2014, de Ecuador inmediato: [http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=132341&umt=ecuador\\_produce\\_28\\_millones\\_pares\\_zapatos\\_al\\_año](http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=132341&umt=ecuador_produce_28_millones_pares_zapatos_al_año)

El Universo. (19 de Julio de 2015). *El Universo*. Obtenido de El Universo: <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/07/19/nota/5024746/innovacion-disenon-aun-desafio-zapato-local>

Fierro Martinez, A. M. (2011). *Contabilidad General*. Bogota Colombia: Alexander Acosta Quintero.

Grave Russek, A. L. (2009). *Fundamentos de Economa*. Mexico: Prentice Hall.

Guadarrama González, P. (2012). *Fundamentos Filosóficos y Epistemológicos de la Investigacion*. Recuperado el 13 de Junio de 2014, de Archivo Chile: [http://www.archivochile.com/Ideas\\_Autores/guadarramapg/guadarramapg00012.pdf](http://www.archivochile.com/Ideas_Autores/guadarramapg/guadarramapg00012.pdf)

Guajardo, G. (2008). *Contabilidad Financiera*. McGrawHill.

Hernandez Sampieri, R. (2003). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico D.F.: McGraw Hill.

Hernandez Sampieri, R. (2003). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico D.F.: McGraw Hill.

Herrera, Medina y Naranjo, E. (2004). *Tutoría De la Investigación Científica*. Ambato: Grafica Corona Quito.

International Accounting Standards Board. (1993). *Normas Internacionales de Contabilidad*. Recuperado el 13 de Junio de 2014, de Normas Internacionales de Contabilidad: <http://www.normasinternacionalesdecontabilidad.es/nic/pdf/NIC02.pdf>

Jiménez , A. (12 de Marzo de 2012). *BBVAtuempresa*. Recuperado el 13 de Junio de 2014, de BBVAtuempresa: <http://www.bbvacontuempresa.es/desarrollo-negocio/tecnicas-para-fijar-el-precio-producto>

Johnston, K. (Diciembre de 2015). *La Voz de Houston*. Obtenido de La Voz de Houston: <http://pyme.lavoztx.com/qu-mtodo-puedo-utilizar-para-asignar-los-gastos-generales-de-un-producto-distinto-de-la-mano-de-obra-directa-10848.html>

Luna Osorio, L. (16 de Octubre de 2013). Recuperado el 13 de Mayo de 2014, de <http://blogisrael.blogspot.com/>

Marín de Oliveira, L. (2011). *Ocw.um.es*. Recuperado el 13 de Junio de 2014, de Ocw.um.es: <http://ocw.um.es/transversales/utilizacion-del-podcast-como-recurso-educativo-en/material-de-clase-1/i-042-paradigma-cualitativo.pdf>

Martínez Bencardino, C. (2012). *Estadística y Muestreo*. Bogota: ECOE Ediciones Ltda.

Mejía C., C. (2005). Métodos para la determinación del Precio. *Documentos Planning*, 1-4.

Mercurio, E. (23 de Septiembre de 2014). *El Mercurio*. Obtenido de El Mercurio: [http://www.elmercurio.com.ec/448910-grandes-y-pequenos-productores-de-calzado-enfrentan-desafios/#.VhVjgfl\\_Okp](http://www.elmercurio.com.ec/448910-grandes-y-pequenos-productores-de-calzado-enfrentan-desafios/#.VhVjgfl_Okp)

Ministerio de Industrias y Productividad. (Febrero- Marzo de 2013). *Industrias*. Recuperado el 13 de Mayo de 2014, de Pais Productivo: <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/revista4.pdf>

Monchon Morcillo, F. (1991). *Elementos de la Economía*. Madrid: Md Graw Hill Interamericana de España.

Mora Cristante, C. (1997). *Propuesta de diseño de un Sistema de Costos para la Empresa Industrias Lacteas La Fe C.A.* Barquisimeto.

Ponce Hernandez, E. (2005). *Estudio de Factibilidad para el establecimiento de una fabrica de galletas enriquecidas con proteina de soya en la CD. de Huajuapán d Leon, Oaxaca*. Huajuapán d Leon, Oaxaca.

Producción, M. d. (Mayo de 2011). *Produccion.gob.ec*. Obtenido de Produccion.gob.ec: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-TUNGURAHUA.pdf>

Sarmiento, R. (2005). *Contabilidad de Costos*. Quito: Voluntad.

Sarmiento, R. (2005). *Contabilidad de Costos*. Quito- Ecuador: Voluntad.

Secretaria Nacional de Planificacion y Desarrollo. (2013). *Buenvivir.com*. Recuperado el 13 de Junio de 2014, de Buenvivir.com: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva#tabs1>

Sinisterra y Polanco, G. L. (2007). *Contabilidad Administrativa*. Bogota Colombia: EcoEdiciones.

Thirkettle, G. (1978). *Economía Básica*. Madrid: MACDONALD & EVANS LTD.

Tungurahua, C. d. (22 de Octubre de 2012). *Revista Lideres*. Recuperado el 13 de Mayo de 2014, de [http://www.revistalideres.ec/informe-semanal/zapatos-calzado-produccion-Ecuador-empresa\\_0\\_796720325.html](http://www.revistalideres.ec/informe-semanal/zapatos-calzado-produccion-Ecuador-empresa_0_796720325.html)

Universo, E. (19 de Julio de 2015). *El Universo*. Obtenido de El Universo: <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/07/19/nota/5024746/innovacion-disenon-aun-desafio-zapato-local>

Vasconez Arroyo, J. (2013). *Contabilidad de Costos*. Quito Ecuador: Mariscal.

Zapata Sánchez, P. (2007). *Contabilidad de Costos*. Bogota: McGraw-HillInteramericana.