



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CPA

TEMA:

“LA DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y
LA FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL TALLER DE
CALZADO MAITE DE LA CIUDAD DE AMBATO”

AUTORA: LOURDES MARICELA AZOGUE AZOGUE

TUTORA: DRA. PATRICIA PAOLA JIMENEZ ESTRELLA

AMBATO – ECUADOR

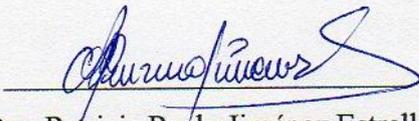
2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dra. Patricia Paola Jiménez Estrella, portadora de la cédula de ciudadanía # 1802934230, en mi calidad de Tutora del Trabajo de Graduación sobre el tema “La Determinación de los Costos de Producción y la Fijación del Precio de Venta en el Taller de Calzado Maite de la Ciudad de Ambato” desarrollado por la Srta. Lourdes Maricela Azogue Azogue egresada de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, considero que dicho Trabajo de Graduación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, modalidad de trabajo estructurado de manera independiente, 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 de la misma ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por la Comisión de Calificación designada por el Honorable Consejo Directivo.

Ambato, 21 de julio de 2015

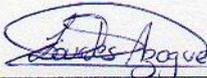


Dra. Patricia Paola Jiménez Estrella
TUTORA

AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

Yo, Lourdes Maricela Azogue Azogue, con C.I. # 180442550-0 tengo bien indicar que los criterios emitidos en el informe investigativo: “La Determinación de los Costos de Producción y la Fijación del Precio de Venta en el Taller de Calzado Maite de la Ciudad de Ambato”, es original, auténtico y personal, en tal virtud la responsabilidad del contenido de esta Investigación, para efectos legales y académicos son de exclusiva responsabilidad del autor(a) y el patrimonio intelectual de la misma la Universidad Técnica de Ambato, por lo que autorizo a la Biblioteca de la Facultad de Contabilidad y Auditoría para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura y publicación según las Normas de la Universidad.

Ambato, 21 de julio del 2015



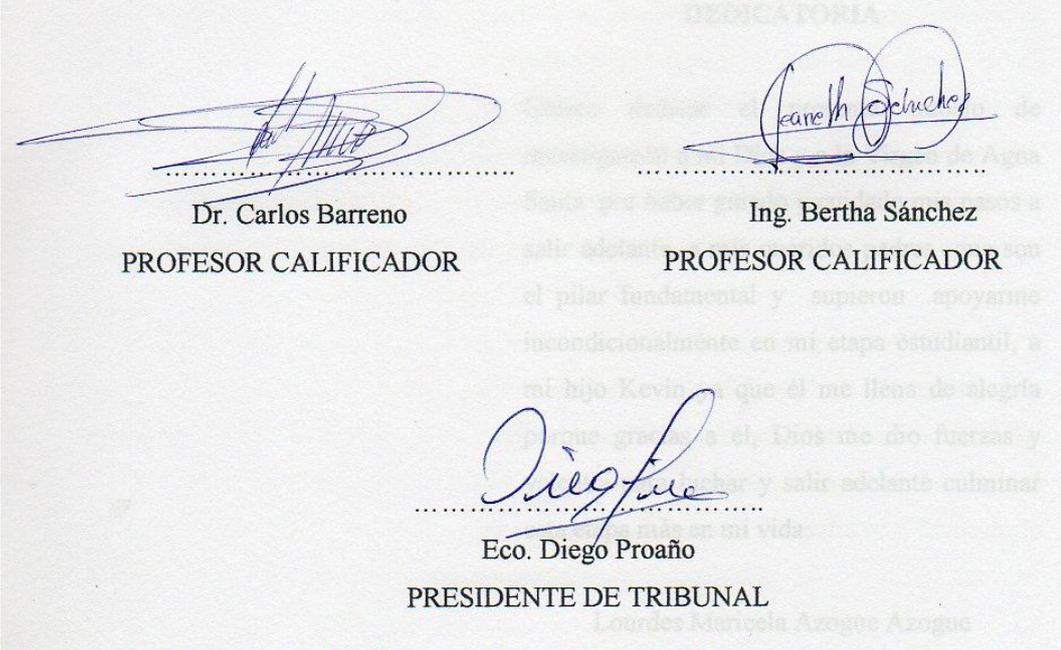
Lourdes Maricela Azogue Azogue
AUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El tribunal de Grado, aprueba el trabajo de Graduación sobre el tema: “LA DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL TALLER DE CALZADO MAITE DE LA CIUDAD DE AMBATO”, elaborado por Lourdes Maricela Azogue Azogue, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 21 de julio del 2015

Para constancia firman



Dr. Carlos Barreno
PROFESOR CALIFICADOR

Ing. Bertha Sánchez
PROFESOR CALIFICADOR

Eco. Diego Proaño
PRESIDENTE DE TRIBUNAL

DEDICATORIA

Quiero dedicar el presente trabajo de investigación a mi Dios y a la Virgen de Agua Santa por haber guiado y cuidado mis pasos a salir adelante, a mis queridos padres que son el pilar fundamental y supieron apoyarme incondicionalmente en mi etapa estudiantil, a mi hijo Kevin ya que él me llena de alegría porque gracias a él, Dios me dio fuerzas y valentía para luchar y salir adelante culminar esta etapa más en mi vida.

Lourdes Maricela Azogue Azogue

AGRADECIMIENTO

Mi reconocimiento permanente es a mi padre Dios por darme la vida, salud y sabiduría en toda mi carrera estudiantil.

A mi tutora la Dra. Patricia Paola Jiménez Estrella quien con mucha paciencia, conocimientos y experiencia me apoyo y me supo guiar en el transcurso de la elaboración de mi tesis y a la vez a la propietaria del Taller de Calzado Maite quien me facilito la información necesaria para la realización de este trabajo.

A todos los miembros del personal docente y administrativo de la Facultad de Contabilidad y Auditoría por el aporte constante en mis estudios, conocer a mis mejores amigos y formar mi personalidad profesional competitivo a favor de la sociedad.

Lourdes Maricela Azogue Azogue

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA	1
1.1. TEMA	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2.1. Contextualización.....	1
1.2.1.1. Macro contextualización.....	1
1.2.1.2. Meso contextualización.....	3
1.2.1.3. Micro contextualización.....	6
1.2.2. Análisis Crítico.....	8
1.2.2.1. Árbol de Problemas.....	9
1.2.3. Prognosis.....	10
1.2.4. Formulación del Problema	10
1.2.5. Interrogantes.....	10
1.2.6. Delimitación del objeto de investigación.....	11
1.3. Justificación.....	11
1.4. OBJETIVOS	12
1.4.1. Objetivo General	12
1.4.2. Objetivos Específicos.....	13
CAPÍTULO II	14
MARCO TEÓRICO.....	14
2.1. Antecedentes Investigativos.....	14
2.2. Fundamentación Filosófica	19

2.2.1. Fundamentación Epistemológica	19
2.2.2. Fundamentación Ontológica	19
2.2.3. Fundamentación Axiológica	19
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	20
2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	32
2.4.1 Constelación de Ideas de la Variable Independiente.....	33
2.4.2. Constelación de Ideas de la Variable Dependiente	34
2.4.1 Descripción Conceptual De La Variable Independiente.....	35
2.4.2. Descripción Conceptual De La Variable Dependiente	39
2.5. HIPÓTESIS.....	47
2.6. SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES	48
CAPÍTULO III.....	49
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	49
3.1 Enfoque	49
3.2. Modalidad Básica de la Investigación.....	50
3.3. Nivel o Tipos de Investigación	52
3.4. Población y Muestra.....	53
3.4.1. Población.....	53
3.4.2. Muestra.....	54
3.5. Operacionalización de variables	55
3.6. Técnicas e Instrumentos.....	58
3.6.1. Plan de Recolección de Información.....	58
3.6.2. Plan de Procedimientos de la Información.....	59
3.6.3. Comprobación de Hipótesis	60
CAPITULO IV.....	61
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	61
4.1 Análisis de Resultados	61
4.2. Verificación de la Hipótesis	74
CAPITULO V	78
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	78
5.1 CONCLUSIONES	78
5.2 RECOMENDACIONES	79

CAPITULO VI.....	80
PROPUESTA.....	80
6.1 DATOS INFORMATIVOS	80
6.1.1 Titulo.....	80
6.1.2 Institución Ejecutora	80
6.1.3 Beneficiario.....	80
6.1.4 Ubicación	80
6.1.5 Tiempo estimado para la ejecución.....	80
6.1.6 Equipo Técnico Responsable	80
6.1.7 Costo	80
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	81
6.3 JUSTIFICACIÓN	83
6.4. OBJETIVOS	83
6.4.1 Objetivo General	83
6.4.2 Objetivos Específicos.....	83
6.5. Análisis de Factibilidad.....	84
6.5.1. Factibilidad Ambiental.....	84
6.5.2 Factibilidad Económica.....	84
6.5.3 Factibilidad Organizacional	85
6.6. Fundamentación	85
6.6.1. Sistema de órdenes de producción	85
6.6.2. Objetivos del Sistema por órdenes de producción	85
6.6.3. Características	86
6.6.4. Elementos del costo.....	86
6.6.4.1 Materia Prima.....	86
6.6.4.1.1. Materiales Directos	86
6.6.4.1.2. Nota de pedido	87
6.6.4.1.3. Orden de Compra	87
6.6.4.1.4. Orden de requisición	88
6.6.4.1.5. Tarjeta KARDEX.....	89
6.6.4.1.7. Materiales Indirectos.....	89
6.6.4.2. Mano de obra.....	90

6.6.4.2.1 Mano de obra directa (MOD).....	90
6.6.4.2.2. Mano de obra indirecta (MOI)	91
6.6.4.2.3. Rol de pagos y cuadro de provisiones.....	91
6.6.4.3. Costos indirectos de fabricación (CIF)	93
6.6.4.4. Hoja de Costos	94
6.7 Metodología	96
6.7.1. Modelo Gráfico	96
PROCESO DE PRODUCCIÓN	98
Plan de cuentas.....	99
Transacciones.....	103
Libro diario.....	106
Libro Mayor	113
Órdenes de compra.....	120
Requisición de materiales	122
Etapas y tiempos	125
Presupuesto CIF	126
Tarjetas Kardex	128
Rol de pagos.....	135
Cuadro de provisiones.....	136
Hoja de costos	137
Estado de Costo.....	138
Comparación del precio de venta del calzado de acuerdo al diseño de costos por órdenes de producción.....	139
Estado De Resultados De La Empresa.....	139
Estado De Resultados Según La Propuesta.....	140
6.8 Administración.....	142
BIBLIOGRAFÍA.....	143

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. 1. Producción nacional del calzado	6
Tabla N° 3. 1.- Población y Muestra.....	54
Tabla N° 3. 2.-Determinación de Costos	56
Tabla N° 3. 3.-Fijación de precio	57
Tabla N° 4. 1.- Registro de materia prima	62
Tabla N° 4. 2.-Registro de entrada y salida de trabajadores	63
Tabla N° 4. 3.- Costos indirectos de fabricación	64
Tabla N° 4. 4.-Producción en base a lotes o pedidos	65
Tabla N° 4. 5.- Procedimientos	66
Tabla N° 4. 6.-Control de actividades en el proceso productivo	67
Tabla N° 4. 7.-Control y asignación de los elementos.....	68
Tabla N° 4. 8.-Precio de venta actual.....	69
Tabla N° 4. 9.-Fijación de precio	70
Tabla N° 4. 10.-Existe otros talleres	71
Tabla N° 4. 11.-Imagen del Producto	72
Tabla N° 4. 12.- Producto estrella.....	73
Tabla N° 4. 13.- Cálculo de la t de Student.....	76
Tabla N° 6. 1.- Nota de Pedido	87
Tabla N° 6. 2.- Orden de compra	87
Tabla N° 6. 3. Registro Contable	88
Tabla N° 6. 4.-Orden de requisición	88
Tabla N° 6. 5.- Registro Contable:.....	89
Tabla N° 6. 6.- Tarjeta de control individual	89
Tabla N° 6. 7.-Registro Contable.....	90
Tabla N° 6. 8.-Registro Contable.....	90
Tabla N° 6. 9.-Registro Contable.....	91
Tabla N° 6. 10.- Rol de pagos	92
Tabla N° 6. 11.- Cuadro de provisiones.....	92
Tabla N° 6. 12.-Registro Contable.....	92
Tabla N° 6. 13.-Registro Contable.....	93

Tabla N° 6. 14.-Registro Contable.....	93
Tabla N° 6. 15.-Registro Contable.....	93
Tabla N° 6. 16.-Registro Contable.....	94
Tabla N° 6. 17.- Hoja de costos	94
Tabla N° 6. 18.-Registro Contable.....	95
Tabla N° 6. 19.-Registro Contable.....	95
Tabla N° 6. 20.-Registro Contable.....	95
Tabla N° 6. 21.- Plan de cuentas	101
Tabla N° 6. 22.- Actividades.....	96
Tabla N° 6. 23.-. Transacciones.....	103
Tabla N° 6. 24.- Nota de pedido	103
Tabla N° 6. 25.- Libro diario.....	112
Tabla N° 6. 26.-Libro mayor.....	119
Tabla N° 6. 27.- Orden de compra 1	120
Tabla N° 6. 28.- Orden de compra 2	120
Tabla N° 6. 29.- Orden de compra 3	121
Tabla N° 6. 30.-Orden de compra 4.....	121
Tabla N° 6. 31.- Requisición de materiales 1.....	122
Tabla N° 6. 32.- Requisición de materiales 2.....	123
Tabla N° 6. 33.- Etapas y tiempos	125
Tabla N° 6. 34.-Presupuesto CIF	126
Tabla N° 6. 35.- Costo presupuesto CIF	127
Tabla N° 6. 36.- Tarjetas Kardex 1	128
Tabla N° 6. 37.- Tarjetas Kardex 2	128
Tabla N° 6. 38.- Tarjetas Kardex 3	129
Tabla N° 6. 39.- Tarjetas Kardex 4	129
Tabla N° 6. 40.-Tarjetas Kardex 5	130
Tabla N° 6. 41.- Tarjetas Kardex 6	130
Tabla N° 6. 42.- Tarjetas Kardex 7	131
Tabla N° 6. 43.- Tarjetas Kardex 8	131
Tabla N° 6. 44.-Tarjetas Kardex 9	132
Tabla N° 6. 45.- Tarjetas Kardex 10	132

Tabla N° 6. 46.-Tarjetas Kardex 11	133
Tabla N° 6. 47.- Tarjetas Kardex 12	133
Tabla N° 6. 48.- Tarjetas Kardex 13	134
Tabla N° 6. 49.- Rol de pagos	135
Tabla N° 6. 50.-Cuadro de provisiones.....	136
Tabla N° 6. 51.- Hoja de costos	137
Tabla N° 6. 52.- Resumen.....	137
Tabla N° 6. 53.- Estado de costos	138
Tabla N° 6. 54.- Precio de venta del taller de calzado Maite.....	139
Tabla N° 6. 55.-Estado de Resultados.....	139
Tabla N° 6. 56.-Estado de Resultados.....	140
Tabla N° 6. 57. Matriz de evaluación del Modelo de Gestión.....	142

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. 1. Producción Nacional de calzado	3
Gráfico N° 1. 2. Producción de calzado en el país.....	4
Gráfico N° 1. 3.Árbol de problemas del Taller de Calzado Maite.....	9
Gráfico N° 2. 1. Inclusiones de Categorías conceptuales	32
Gráfico N° 2. 2.- Variable Independiente	33
Gráfico N° 2. 3. Variable Dependiente	34
Gráfico N° 4. 1.- Registro de materia prima	62
Gráfico N° 4. 2.-Registro de entrada y salida de trabajadores.....	63
Gráfico N° 4. 3.-Costos Indirectos de Fabricación	64
Gráfico N° 4. 4.-Producción en base a lotes o pedidos.....	65
Gráfico N° 4. 5.-Procedimientos.....	66
Gráfico N° 4. 6.- Control de actividades en el proceso productivo	67
Gráfico N° 4. 7. Control y asignación de los elementos	68
Gráfico N° 4. 8.-Precio de venta actual	69
Gráfico N° 4. 9.- Fijación de precio.....	70
Gráfico N° 4. 10.-Existe otros talleres	71
Gráfico N° 4. 11.-Imagen del producto.....	72
Gráfico N° 4. 12.-Producto estrella.....	73

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación proporciona información en cuanto a contribuir al progreso del TALLER DE CALZADO MAITE DE LA CIUDAD DE AMBATO y facilitarle de esta manera las herramientas que permita solucionar el problema propuesto al no contar con un sistema de costeo por órdenes de producción, tomando en cuenta que la no implementación de las soluciones pertinentes, podrían presentar consecuencias que afectaran el crecimiento económico del taller.

Es por esta razón el presente trabajo representará un gran apoyo para la toma de decisiones que se enfoca a la correcta determinación de costos de producción, estableciendo un registro adecuado en los elementos del costo, dejando de lado la manera empírica, para contribuir a un mejor rendimiento de los recursos disponibles y lograr un resultado económico satisfactorio.

Mediante la aplicación de un sistema de costos por órdenes de producción acorde a las necesidades del taller y demanda de clientes estos inconvenientes se verán resueltos. Cabe señalar que el nombre de un taller juega un papel importante en el mercado local, de tal manera que puede determinar el prestigio de la misma sin el conocimiento propicio, es por ello que el cambio primordial ayudará a dar pasos decisivos hacia el cambio, y este trabajo es primordial formar parte del cambio.

EXECUTIVE SUMMARY

This research project provides information as to contribute to the progress of Maite SHOE SHOP Ambato and thus provide the tools that allow the proposed fix to not have a costing system issue production orders, taking note that the non-implementation of relevant solutions could present consequences that will affect the economic growth of the workshop.

It is for this reason this paper represent a great support for decision-making that focuses on the correct determination of production costs, establishing an adequate record in the elements of the cost, leaving aside the empirical way, to contribute to a better performance of available resources and achieve a satisfactory economic result.

By implementing a cost system for production orders according to the needs of the workshop and customer demand these problems will be solved. Note that the name of a workshop plays an important role in the local market, so that it can determine the prestige of it without the knowledge propitious, which is why the primary change will help take decisive steps toward change, and this work is essential part of change.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación, está enfocada a la Determinación de los Costos de Producción y la Fijación del Precio de Venta en el Taller de Calzado Maite de la Ciudad de Ambato, con el objeto de plantear alternativas de solución; esta investigación se encuentra dividida en seis capítulos detallados a continuación.

En el Capítulo I, se analiza el problema de la empresa con sus causas y efectos una breve descripción, los objetivos y la justificación de la investigación.

El Capítulo II, se centra enfocado en los antecedentes de la investigación su fundamentación filosófica y legal, además se encuentran graficadas la variable dependiente e independiente para terminar con el planteamiento de la hipótesis a comprobar o rechazar.

El Capítulo III, se relaciona con los métodos utilizados para recabar la información necesaria que sostenga la investigación, métodos de recolección de datos, la población total y la estimación de tamaño de muestra a estudiar.

El Capítulo IV, se refiere a los análisis e interpretación de los resultados obtenidos por medio de los métodos de recolección de datos como son las encuestas realizadas al personal, también se detalla la verificación de la hipótesis planteada al inicio de la investigación, por medio del T de students.

En el Capítulo V, se encuentran las conclusiones y recomendaciones en donde se expresan todos los detalles y percepciones finales obtenidas en la investigación.

Por último el Capítulo VI, es la elaboración de una propuesta que determine los costos reales de producción de los calzados a fabricar según pedidos realizados por los distintos clientes es así que en esta sección se plantea proponer un diseño para la implementación de un Sistema de Costeo por Órdenes de Producción en taller de Calzado Maite con la finalidad de obtener costos adecuados e información oportuna para fijar sus precio en el Taller.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. TEMA

“LA DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA EN EL TALLER DE CALZADO MAITE DE LA CIUDAD DE AMBATO”

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. Contextualización

1.2.1.1. Macro contextualización

En el país el sector artesanal dedicado a la producción de calzado ha crecido un gran número de mano de obra y la formación de pequeños talleres en diferentes sectores del Ecuador.

Debido a la capacidad industrial que posee el país es considerado como eje principal en el desarrollo económico es por eso que se debe tener en cuenta el sector industrial como crecimiento sostenido, fuerte y competitivo lo que resulta una herramienta muy importante, ya que, las empresas manufactureras se encuentran integrados por todas las actividades vinculadas a la transformación de bienes y a la prestación de servicios industriales complementarios que se realizan en establecimientos que desarrollan actividades de transformación de las materias primas consumidas.

El Mercurio Diario Independiente de la Mañana (2013), menciona:
“Actualmente a nivel nacional existen 4.500 productores de calzado que atienden al 90% de la demanda en el Ecuador, en total producen 30

millones de pares de zapatos al año. Es un sector que enfrentó su peor crisis en el 2008, debido fundamentalmente a la presencia de los zapatos chinos y los usados.

A esa problemática se suma la competencia, también desleal, de los zapatos peruanos y colombianos, porque ingresan mediante contrabando, declara Cristina Santana, presidenta del Comité de Feria Internacional de Calzado y Componentes Ecuador 2013, organizadora de la I Feria Internacional de Calzado.

Así mismo, Santana C. (2013) rememora que hace cinco años, dada la referida crisis, 2008, apenas existían 600 productores de calzado en el país; lo que comenzó a cambiar en algo en el año 2009 porque la Cámara de Calzado comenzó a trabajar conjuntamente con organismos del gobierno nacional para dar a conocer su situación.

Es por estas razones que las empresas y talleres de calzado han reducido su productividad, la cual se ve afectada dentro del control de los costos de producción, los mismos que la inducen poco a poco a que reduzca la utilidad que obtiene las empresas..

En términos de la revista Líderes (2012), La industria del calzado ha experimentado un importante crecimiento desde el 2009. Datos de la Cámara de Calzado de Tungurahua (Caltu), señalan que de los 15 millones de pares de zapatos que se producía en el 2008, se pasó a 28,8 millones en el año 2011. Es decir, en tres años, el nivel de manufacturación se incrementó en un 154% según el Ministerio de Industrias, así mismo Caltu menciona que, hasta el año en mención de la revista Líderes están registrados 4 500 productores, a escala nacional; entre grandes, medianos y artesanos.

Con zapatos nacionales a precios competitivos, se produjo el efecto dominó en el mercado, que desencadenó en mayores compras. Cifras del Ministerio

de Industrias y Productividad (MIPRO) muestran que, en el 2008 la venta interna de zapatos nacionales representó USD 165, 7 millones. Para el 2011 la cifra escaló a 318 millones.

Según datos del Censo Económico 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el país, existen 870 establecimientos que se dedican a la producción de zapatos.



Gráfico N° 1. 1. Producción Nacional de calzado
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

El cual Ecuador ha permitido que muchos pobladores se dedique a la fabricación de calzado, ya que por lo general la mayoría se veía desprestigiada por dejar de lado la determinación de los costos de producción y con el paso del tiempo esto se veía reflejado en la fijación del precio de venta del producto.

1.2.1.2. Meso contextualización

Según Muñoz L. (2014), Subsecretario de MIPYMES y Artesanías del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), señaló que entre 2007 y 2012 varios indicadores reflejan un crecimiento importante dentro de la industria del cuero y calzado nacional. “La producción en este período de 15 millones de pares se incrementó a 30 millones, es decir subió 100%”.

Otros datos reflejan que la provincia de Tungurahua es la que genera mayor producción de calzado en el país, con más del 30% de su producción. A

continuación presentamos el siguiente grafico donde podemos verificar cual provincia que produce más cantidades de calzado en el país.

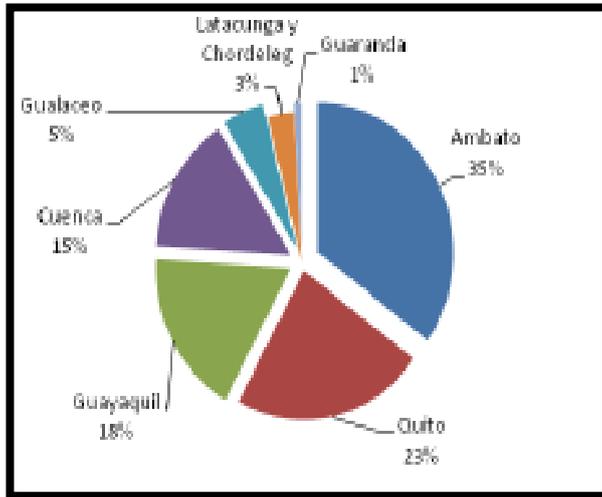


Gráfico N° 1. 2. Producción de calzado en el país
Fuente: Banco Central del Ecuador

Es decir que en nuestra provincia existe empresas grande, medianas y pequeñas que se dedican a la fabricación de calzado; es importante mencionar que los costos de producción son un factor determinante en cuanto se refiere a una correcta utilización de los recursos ya sea mano de obra o materia prima, y este tipo de empresas tienden olvidar lo necesario que es llevar a cabo un adecuado metodo de determinación de cotos de producción y que de esta manera no afecte en gran parte a la utilidad que esta presenta al final de todos los procesos productivos.

La provincia de Tungurahua es eminentemente manufacturera en el cual se centra empresas dedicadas a la fabricación de calzado en la que se desarrolla diferentes actividades generando fuentes de trabajo y contribuyendo al desarrollo económico de país mediante el pago de tributos al fisco.

En términos del Diario El Heraldo (2010), La provincia del Tungurahua representaría 75,6% de la actividad artesanal total del sector.

Sus principales talleres se localizan en los cantones de Ambato, Quisapincha,

Baños y Cevallos.

Existen fábricas que cuentan ya con procesos industrializados en nuestro medio lo cual, permite mejorar los la determinación de costo de producción e incrementar la productividad de las mismas pero por otra parte aún existen fábricas que lo realizan de manera artesanal debido al que no cuentan con un capital de trabajo que permite cubrir la inversión que representa adquirir maquinarias con avances tecnológicos.

Estas fábricas no han logrado fijar el precio ya que lo realizan empíricamente, debido a que no llevan un control adecuado de los costos de producción, puesto que no poseen un sistema de costeo deficiente o inexistente y solo determinan los costos implícitos en la producción de manera arbitraria sin contar con una adecuada aplicación de controles, normas y procedimientos.

La provincia de Tungurahua abarca la producción de calzado al 44% a nivel nacional, esto significa que 44 de cada 100 pares de zapatos elaborados en el país son hechos en Tungurahua, en donde existe una amplia gama de productores micro, pequeños y medianos empresarios que mantienen sus talleres y fabrican en parroquias rurales del cantón Ambato.

En esa misma provincia, la CALTU es una entidad con representatividad nacional que asocia a empresas altamente competitivas de la cadena del cuero y calzado. Ha consolidado alianzas estratégicas con varios programas de cooperación. Esto facilita la participación de sus socios en eventos internacionales y el posicionamiento de sus productos en los mercados externos. La CALTU también podría contribuir a promover la exportación de calzado.

El sector de cuero y calzado ha tenido un despunte importante en este año; sin embargo, aún persisten dificultades que desaceleran su crecimiento, la limitación al acceso al crédito por parte de entidades del Sistema Financiero, el cierre de emisión de cartas de crédito internacional para la importación de maquinarias,

insumos y materia prima, la poca variedad de productos por restricción arancelaria, o la creencia del consumidor nacional que las salvaguardas vuelven a la industria ineficiente, son solo algunos de los argumentos que no permiten un crecimiento sostenido del sector.

En el contexto provincial, según el Banco Central del Ecuador (cuentas provinciales) la industria manufacturera (en donde se encuentra el sector cuero y calzado) aporta a la producción total de Tungurahua es del 44%, mientras que el sector representa el 1,09% del Producto Interno Bruto del Ecuador, finalizó expresando Diego Proaño.

Producción Nacional de Calzado

<i>PROVINCIA</i>	<i>PRODUCCION %</i>
<i>Tungurahua</i>	<i>44%</i>
<i>Pichincha</i>	<i>28%</i>
<i>Austro</i>	<i>20%</i>
<i>Resto del país</i>	<i>8%</i>

Tabla N° 1. 1. Producción nacional del calzado
Fuente: Diario El Heraldo

Tungurahua es una de las provincias más productivas del país, y por ello posee empresas industriales, comerciales y de servicios, las cuales en su mayoría dejan de lado el la determinación de los costos de producción y la fijación de los precios, y solo se dedican ver los resultados económicos al final de periodo; sin embargo esto produce un desperdicio de material e insumos.

1.2.1.3. Micro contextualización

El taller de calzado Maite está ubicada en la Parroquia Montalvo, caserío Luz de América, fue creada el 5 de Mayo del 2005, sus propietaria es la señora Patricia Arcos y su esposo el señor Manuel Barros, gracias a la iniciativa y experiencia que tuvo la señora Patricia Arcos de sus padres quienes le enseñaron el negocio, con la ayuda de su esposo formaron su propio negocio, empezaron produciendo calzado de cuero para mujer, paso el tiempo y la competencia iba incrementando más y más, entonces vieron la necesidad de cambiar la producción de calzado de

cuero con sintético. Aproximadamente desde el año 2010 trabajan con el material sintético elaboran el calzado para mujer sus diseños varían, cabe destacar que las hormas son las mismas para todos los modelos.

Este taller de calzado cuenta con 3 operarios en el área de producción, 1 empleado para comercialización, 1 empleado en la administración y 1 empleado en las ventas. La producción es de 60 pares diarios de calzado. Sus proveedores son Dimar quien le provee el material sintético llamado Victoria en diferentes colores, Curtiduría Divino Niño en donde adquieren todo lo que es cartones, pegamentos, ojajillos, pasadores, plantiflex, cambrela y las suelas.

Los materiales que se utilizan para elaborar su calzado son: cartón para plantillas, punteras, pega amarilla, pega blanca, tela victoria de diferentes colores, suelas y demás accesorios para cada tipo de calzado. Cabe recalcar que en la tela victoria al cortar es donde existe el desperdicio por lo que no hay un control adecuado de los elementos del costo.

En el taller de calzado Maite luego de haber realizado un estudio preliminar se determinó que el problema existente en el taller es el inadecuado control de los costos de producción sin duda la causa primordial para que suscite este particular es inadecuada determinación de costos de producción, de igual forma el no contar con un sistema eficiente de costeo no se puede identificar y cuantificar exactamente los procesos que intervienen en la actividad productiva, y la diferenciación de sus elementos materia prima, mano de obra y materiales indirectos, por lo que la fijación del precio de venta no es apropiado para cada par de zapatos.

La determinación de costos que utiliza la empresa es empírica ya que no cuentan con un sistema de costos adecuado que permita conocer en forma sistemática el costo de producir y la fijación de precio del precio de venta, también la falta de profesionales en el área de costos, conduce a que estos costos y gastos no sean distribuidos adecuadamente por lo que los resultados económicos se ven afectados.

1.2.2. Análisis Crítico

En el taller de calzado Maite se ha determinado algunas causas para que exista la incorrecta asignación de costos en los productos que se detallara a continuación:

La inexistencia de una determinación de costos de producción dentro del taller de calzado Maite es la base para el estudio de la presente investigación debido a que esto puede conllevar a un desperdicio de recursos, pérdida de clientes, reducción del nivel de ventas y de la fijación de precio de venta, puesto que al no determinar adecuadamente los costes de los productos se podría subvalorar o sobrevalorar los costos, de tal manera que los precios no serán competitivos en el mercado.

El procedimiento para la fijación del precio de venta es en base a una causa para la inadecuada determinación de costos de producción y por falta de capacitación al personal sobre los materiales que se va utilizar a no contar con un sistema de costos de producción el cual provoca pérdida de clientes.

Una vez realizado el análisis mediante la Matriz de Análisis de Situaciones se concluye que el problema más relevante es la incorrecta fijación de precio en el Área de Producción, identificando como la principal causa la inadecuada determinación de costos de producción incidiendo directamente en la fijación del precio de venta.

Otros aspectos encontrados son: la demora en el cumplimiento de pedidos en el área de producción el cual conlleva a la pérdida de los clientes y estar en un nivel bajo de competitividad y provoca el incremento en los costos de producción y el ineficiente traslado de las materias primas ocasiona precios de venta no competitivos en el mercado que se expone el producto.

1.2.2.1. Árbol de Problemas

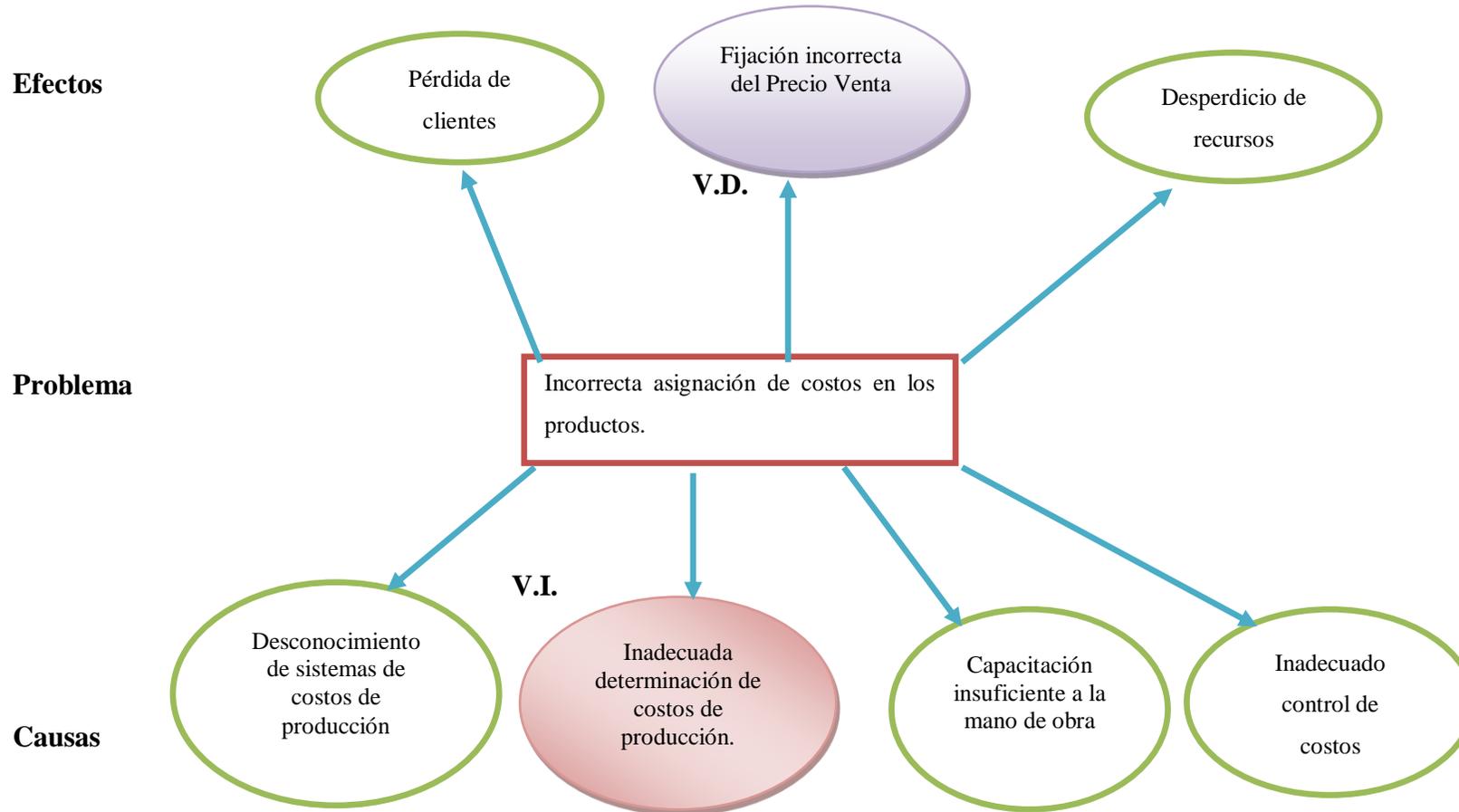


Gráfico N° 1. 3.Árbol de problemas del Taller de Calzado Maite
Elaborado por: Azogue, L. (2015)
Fuente: Taller de Calzado Maite

1.2.3. Prognosis

Al persistir el taller de calzado Maite con la incorrecta asignación de costos en los productos, se verá gravemente perjudicada en la parte de los resultados económicos que obtenga el taller, puesto que incrementaran los costos directos e indirectos de producción incidiendo directamente en la fijación de precio de lo que se obtiene de las ventas de los productos; convirtiéndose en precios poco competitivos en el mercado.

Este taller de calzado en muchas ocasiones por factores externos, se ven en la obligación de disminuir al límite los precios de los productos que están disponibles para la venta y mantener la fidelidad de sus clientes. De persistir costos elevados en el cual el taller no podría afrontar esta situación del mercado, razón por la cual tendrá una pérdida de clientela y en los resultados económicos el cual conlleva a que la empresa solo obtenga capital para la compra de sus materiales y el salario del personal que labora en la empresa mencionada.

En la actualidad las industrias artesanales de calzado representan un factor importante en el país, es por eso que al no contar con un sistema de costos de producción adecuado para poder fijar el precio de venta de cada par de zapatos que se elabora, las pequeñas industrias estarían poniendo tomando malas decisiones y por ende sus resultados económicos no serán los correctos para que sigan adelante con la producción.

1.2.4. Formulación del Problema

¿Cómo incide la determinación de los costos de producción en la fijación de precio de venta en el taller de calzado Maite de la ciudad de Ambato?

1.2.5. Interrogantes

- ¿Cuál es el procedimiento que realiza la empresa para la determinación de los costos de producción?

- ¿Qué parámetros son considerados en el proceso de fijación del precio de venta que realiza la empresa?
- ¿Cuál alternativa de solución sería la más oportuna para que la empresa pueda determinar adecuadamente los costos de producción y tener una base para la fijación de su precio de venta y cumplir con los objetivos de la empresa?

1.2.6. Delimitación del objeto de investigación

- **Campo:** Contabilidad.
- **Área:** Costos.
- **Aspecto:** costos de producción y fijación de precio de venta.
- **Delimitación Espacial:** La presente investigación se efectuara en el Taller de calzado Maite que se encuentra ubicado en la Parroquia Montalvo, caserío Luz de América del Cantón Ambato en la provincia Tungurahua –Ecuador.
- **Delimitación Temporal:** La investigación se llevara a cabo del año 2015
- **Delimitación de Población:** En la presente investigación nos proveerá de información la señora propietaria del taller de calzado Maite.

1.3. Justificación

En toda industria dedicada a la fabricación, la determinación de los costos unitarios de producción es indispensable; ya que en base a éstos se puede coordinar las actividades y operaciones del proceso productivo, estableciendo una adecuada determinación de costos y fijación de precio, con la finalidad de obtener una estructura organizada y eficiente.

En el taller de calzado Maite hace cada vez es más necesario la determinación de los costos productivos con exactitud que permita asegurar la eficiencia en cada uno de los procesos pudiendo contribuir al desarrollo y progreso del taller y por ende del país. El presente proyecto de investigación pretenderá lograr un

acertamiento con la realidad del problema y conocer los principales problemas que están involucrados con la determinación de costos de los productos como los elementos del costo que es la materia prima, mano de obra directa, y otros costos de fabricación necesarios para elaborar ciertos productos y los procedimientos que utilizan para establecer la fijación del precio de sus productos, ya que en este proyecto se ve plenamente justificado por la importancia práctica que conlleva y el aporte que brindara en los procesos productivos, y resultados que se obtengan serán valiosos tanto para el taller que se encuentra en estudio como para sus similares que posean las mismas falencias.

Por otro lado esta investigación se pretende realizar con el fin de conocer la determinación de los costos de producción, los procedimientos de fijación de precios y determinar de qué manera influye en los márgenes de contribución del taller.

Es viable la investigación del problema planteado puesto que se cuenta con la apertura para realizarla, ya que es un problema latente fácil de identificar, además recursos necesarios que requiere esta investigación.

La investigación que se propone se justifica por la incidencia que ésta representa, debido a que los resultados económicos que se van a alcanzar con el manejo adecuado de los recursos que se están aplicando actualmente, los mismos que se verán reflejados en la determinación de los costos y la fijación del precio.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

Analizar la incidencia que tiene la determinación de costos de producción en la fijación de precio de venta del producto del Taller de Calzado Maite de la ciudad de Ambato para la identificación eficiente de la asignación en los costos reales de los productos.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Determinar el nivel de control en la determinación de los elementos del costo de producción.
- Establecer los procedimientos de fijación del precio de venta con el propósito de realizar una verificación en cuanto a su utilidad bruta establecida.
- Proponer un sistema de costos por órdenes de producción para contribuir con el mejoramiento del control de costos y la fijación del precio de venta.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos

En el trabajo investigativo de Cabrera E. (2012); denominado *“Implementación de un sistema de contabilidad e costos y su incidencia en la presentación de estados financieros de la empresa siderúrgica fundaciones aceros industriales Mejía Villavicencio FIAM Cía. Ltda.”* tesis inédita se planteó como objetivo a) “Determinar los costos de las materias primas, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación incurridos en un costo específico o departamento con destino a la planeación y control administrativo de las operaciones de la empresa”; b) “Proporcionar suficiente información en forma oportuna a la gerencia que permite la toma de decisiones adecuadas relacionadas con los objetivos de la organización”; “Contribuir en la elaboración de los diferentes presupuestos de la empresa, a partir de la información de los costos se confeccionan los planes expresados en términos financieros para un periodo determinado”, c) “Asignar valores a los productos o servicios, con la finalidad de obtener un beneficio económico, y que esto genera una utilidad a la empresa. Esta investigación fue desarrollada con un profundo trabajo de campo utilizando la técnica de la encuesta, que le permitió a la autora entre otras, llegar a las siguientes conclusiones. a) “en la actualidad no cuenta con un sistema de costos, y el precio final de los productos terminados son los productos terminados son calculados de manera estimativa de acuerdo a la experiencia en trabajos realizados en anteriores años y al conocimiento aplicado por parte de la gerencia lo que provoca una subestimación de costos”, b) “No dispone de registros que permitan tener una información confiable sobre su control de costos” c) “El manejo de las finanzas debe ser visto como una herramienta de control tanto de ingreso de materiales, ordenes de producción, hoja de costos, kardex, registros de asistencia, facturación, estados financieros, etc. Esto permite a la gerencia tomar decisiones objetivas sobre la política de precios y comercialización”, d) “Una adecuada distribución de

planta influye directamente en la utilización de los recursos, procesos de producción, mecanismos de control y costos de producción; por eso creemos conveniente que la nueva distribución contribuirá a disminuir el tiempo de recorrido de los operarios, y a la vez ayudara también si se realiza un adecuado almacenamiento de los materiales”.

En el trabajo de investigación de Yero Y. (2006) Denominado: ***“Procedimientos para la gestión de los costos en unidades básicas de producción cooperativa”***. Tesis inédita se planteó como objetivos **a)** “Diseñar procedimientos para el análisis integral de los costos en el UBPC Waldemar Díaz que tenga una adecuada planeación, control y toma de decisiones”; **b)** “Analizar críticamente el estado de la contabilidad de costos y de gestión”; “Diagnosticar la situación del registro y análisis de los costos en la UBPC Waldemar Díaz”; **c)** “Proponer el procedimiento a utilizar para la aplicación del costo basado en actividades”. Esta investigación fue desarrollada con un profundo trabajo de campo utilizando la técnica de la observación que le permitió recoger información de fuente primaria. La autora verifico la hipótesis mediante el estadígrafo de checklist que le permitió entre otras, llegar a las siguientes conclusiones: **a)** “El sistema de registro y acumulación empleado actualmente en la entidad se basa en métodos tradicionales para la distribución de los costos indirectos, lo que no resulta beneficioso para la gestión de la misma”; **b)**“ El procedimiento propuesto para el registro de los gastos en el sector estatal, específicamente en unidades básicas de producción cooperativa dedicadas a la ganadería, demuestra que es viable la aplicación de la contabilidad por actividades posibilitando información suficiente para un análisis integral de los costos”; **c)** “El costeo por actividades constituye un eficaz instrumento en el campo de la contabilidad de costos y de gestión empresarial para la toma de decisiones”.

En el trabajo investigativo de Guato A. (2013) denominado: ***“Los costos de producción por procesos y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Dextex Urban de la ciudad de Pelileo en el segundo semestre del año 2011”*** Tesis inédita se planteó como objetivos: **a)** “Estudiar los Costos de Producción

por Procesos y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Dextex Urban de la ciudad de Pelileo en el segundo semestre del año 2011”; **b)** “Identificar los procedimientos de cálculo utilizados para determinar los costos de los pantalones jean en la empresa”; **c)** “Determinar cómo ha evolucionado el nivel de rentabilidad de la empresa”. Esta investigación fue desarrollada con el profundo trabajo de campo utilizando la técnica de entrevista y fuentes secundarias que le permitió recoger información de la fuente primaria. Los datos obtenidos se procesaron con la ayuda del Microsoft Excel para su respectiva tabulación, codificación, análisis y presentación de resultados. La autora verifico la hipótesis mediante la fórmula de estadística de la T student que le permitió entre otras , llegar a las siguientes conclusiones: **a)** “La fábrica no cuenta con un sistema de costos que facilite la determinación del costo real de la producción de cada referencia, dato que es manejado en forma empírica lo cual no ayuda a determinar dichos valores de forma exacta, lo que origina circunstancia de incertidumbre, esto ha conllevado a que la rentabilidad que se obtiene no sea la efectiva”; **b)** “La fábrica no cuenta con un adecuado control de los tres elementos del costo: materia prima, mano de obra y los cargos indirectos, puesto que la empresa no los distribuye aplicando métodos apropiados por lo que no se puede realizar un seguimiento de los recursos empleados en la producción”; **c)** “La organización contable actual de la empresa no permite conocer la rentabilidad de la empresa, ya que no se analizan e interpretan los índices de rentabilidad, por lo que existe un desconocimiento por parte del propietarios sobre este particular, también se ha determinado que el hecho de no contar con un sistema técnico para la determinación del costo de producción, estos no están valorados adecuadamente por lo tanto los niveles de rentabilidad no son los que la empresa obtiene realmente”; **d)** “En las diferentes áreas de producción no existe documentos de control que respalden las transacciones diarias que se lleva cabo; únicamente el líder de cada área maneja un libreta de control de ingresos y egresos de los productos mas no existe formatos pre-establecidos para un adecuado control de los recursos materiales”.

En el trabajo investigativo de Altamirano O. (2011) Denominado: ***“El control de costos y su impacto en la rentabilidad de la empresa suelas amazonas S.A de la***

ciudad de Ambato durante el segundo semestre del año 2010". Tesis inédita se planteó como objetivos: **a)** "Analizar el control y su impacto en la rentabilidad de la empresa Suelas Amazonas S.A."; **b)** "Identificar el proceso actual de costeo de la producción"; **c)** "Diseñar un sistema de control de costos que permita la obtención del valor real del producto mejorando así la rentabilidad de la empresa". Esta investigación fue desarrollada con el profundo trabajo de campo utilizando la técnica de entrevista y encuestas que le permitió recoger información de la fuente primaria. Los datos obtenidos se procesaron con la ayuda del Microsoft Excel para su respectiva tabulación, codificación, análisis y presentación de resultados. El autor verifico la hipótesis mediante tablas de contingencias, entre otros elementos que le permitió entre otras , llegar a las siguientes conclusiones: **a)** "La presente investigación refleja una deficiencia en el sistema de control de costos de la empresa Suelas Amazonas S.A en el segundo semestre del 2010, año desde el cual pueden evidenciar una serie de inconvenientes ya que dicho control con la ayuda de un profesional en el área que en base a herramientas y conocimientos científicos establezca verdaderos controles, mismos que permiten un mejor manejo de los recursos de la empresa"; **b)** "Mucho de los antes citados se debe a que los directivos de la empresa, en especial el gerente propietario, considera que es un gasto innecesario de tiempo y dinero el contar con un profesional en el área de contabilidad de costos que con su preparación profesional ayude a establecer un verdadero control de costos"; **c)** "Conjuntamente con el jefe de producción se ha analizado íntegramente el proceso y se ha llegado a determinar que una buena opción de solución sería una restructuración técnica de todo el proceso, definiendo políticas, procedimientos y mapas que permitan ordenar el proceso de producción"; **d)** "En este punto es necesario considerar que todo aquello que la empresa invierte y todos aquellos esfuerzos que se realizan con el fin de obtener utilidades acordes a todo esto, no está siendo suficiente, incluso según los balances obtenidos del departamento de contabilidad correspondientes al periodo en estudio, se evidencia una fuerte perdida".

En el trabajo investigativo de Martínez F. (2011) Denominado: "*La aplicación de un modelo de costeo y su incidencia en la valoración de los inventarios en la*

empresa de calzado Lady Rose en el segundo semestre del año 2010". Tesis inédita se planteó como objetivos: **a)** "Estudiar la incidencia de un sistema de costeo en la valoración de los inventarios en la empresa de calzado Lady Rose para determinar los costos reales de producción "; **b)** "Evaluar el sistema de costeo para determinar los procedimientos del manejo y control de costos"; **c)** "Analizar la valoración de los inventarios, con el fin de conocer el grado de afectación en la rentabilidad, estableciendo el valor real de la inversión". Esta investigación fue desarrollada con el profundo trabajo de campo utilizando la técnica de encuestas que le permitió recoger información de la fuente primaria. Los datos obtenidos se procesaron con la ayuda del Microsoft Excel para su respectiva tabulación, codificación, análisis y presentación de resultados. El autor verifico la hipótesis mediante la Prueba Chi Cuadrado, donde se definirá si es necesario desarrollar la propuesta para dar solución a la problemática existente en la empresa que le permitió entre otras, llegar a las siguientes conclusiones: **a)** "La empresa no cuenta con un sistema de costos que permita determinar el costo de producción real de en cada línea de producto, dato que es manejado en forma empírica lo cual no puede determinar dicho valor de forma exacta, lo que ocasiona circunstancia de incertidumbre, esto ha provocado un vacío de información que no ha facilitado una correcta toma de decisiones"; **b)** "No existe un profesional especializado en costos que preste actualmente sus servicios profesionales en la empresa LADY ROSE"; **c)** "Se concluye que la empresa maneja procesos que no están documentados a través de flujogramas o documentos que describa las actividades y procedimientos con los respectivos documentos de control"; **d)** "En la investigación se ha evidenciado que no existe un adecuado manejo de los tres elementos del costo, el departamento contable valora empíricamente el costo del producto desconociendo el valor correspondiente a la materia prima, la intervención de mano de obra directa e indirecta y los costos indirectos de fabricación, dando paso así a resultados económicos no tan confiables referente al costo de producción, por lo cual el precio de venta es determinado a través de la competencia".

2.2. Fundamentación Filosófica

2.2.1. Fundamentación Epistemológica

El análisis de la relación que existe entre la determinación de costos de producción y la fijación de precio de venta de los Talleres de Calzado en el presente trabajo de investigación se enmarca en un contexto cambiante y dinámico, en donde los datos que se ha verificado en sus respectivas cuentas es un agente activo en la construcción de la realidad.

La determinación de costos de producción y la fijación de precio de venta de los talleres de calzado Maite se inscribe en el enfoque de totalidad política, económica, científica, tecnológica y cultural en el cual se desenvuelve en permanente interrelación. La construcción del conocimiento científico se logró a través de la investigación cualitativa y cuantitativa en el que los sujetos involucrados se hallen comprometidos en el problema.

2.2.2. Fundamentación Ontológica

La presente investigación se apoyó en el paradigma cualitativo-cuantitativo siendo la determinación de costos de producción a interactiva en la relación de los gerentes y los empleados, sustentando filosóficamente en el materialismo y el realismo que consideran a la realidad de la empresa, ya que como esta se forma de múltiples referencias de datos cuyas características son asignadas por las personas encargadas de los datos que conlleva.

2.2.3. Fundamentación Axiológica

La presente investigación está influida por los valores, pues el investigador parte involucrada en el contexto y sujeto de investigación contribuye en el proceso, quien no se conforma con saber, sino que, asumirá el compromiso de cambio, tomando en cuenta el contexto socio-cultural en el que se desarrolla el problema,

respetando valores religiosos, morales, éticos y políticos de todos quienes conforman el taller.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Todo proyecto de investigación para su desarrollo debe respaldarse en leyes o normas legales que lo determinan las instituciones que regulan el desarrollo económico del país; a la vez para este tipo de trabajo investigativo no se ha encontrado una disposición legal adecuada.

La siguiente investigación se fundamenta en el Reglamento A **La Ley Orgánica De Régimen Tributario Interno publicada en el Registro Oficial Suplemento 337 con fecha 15 de Mayo de 2008 en cuyo artículo 24** dice “En general, son deducibles todos los costos y gastos necesarios causados en el ejercicio económico, directamente vinculados con la realización de cualquier actividad económica y que fueren efectuados con el propósito de obtener, mantener y mejorar rentas gravadas con impuesto a la renta y no exentas; y, que de acuerdo con la normativa vigente”.

También se basara en **La Constitución de la República Del Ecuador 2008**.

Según lo establecido en la Constitución de la República del Ecuador vigente, el estado deberá impulsar a la producción, brindar financiamiento, desarrollar la investigación e innovación tecnología de la misma manera generar un sistema justo de distribución y comercialización.

Políticas y Lineamientos Estratégicos.

10.1. Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional

- Impulsar y fortalecer las industrias estratégicas claves y sus encadenamientos productivos con énfasis en aquellas que resultan de la reestructuración de la matriz energética, de la gestión soberana de los sectores estratégicos y de las que se dinamizan otros sectores de la

economía en sus procesos productivos.

- Articular la gestión de los sectores estratégicos a la Estrategia Nacional para el cambio de la Matriz Productiva y a la vocación productiva de los territorios y su diversidad poblacional.
- Consolidar la transformación productiva de los sectores prioritarios industriales y de manufactura, con procesos de incorporación de valor agregado que maximicen el componente nacional y fortalezcan de innovación y aprendizaje colectivo.
- Fortalecer y desarrollar la industria astilleros, como generadora de encadenamientos productivos, para el desarrollo de actividades industriales conexas.
- Fortalecer el marco institucional y regulatorio que permita una gestión de calidad en los procesos productivos y garantice los derechos de consumidores y productores.
- Articular la educación y la investigación a la generación de capacidades técnicas y de gestión, para dinamizar la transformación productiva.
- Fomentar la sustitución selectiva de importaciones en función del potencial endógeno territorial, con visión de encadenamiento de industrias básicas e intermediarias.

Normas Internacionales De Información Financiera Para Pymes Con La Sección 13 que nos habla todo lo que es el inventario continuación se redactara lo siguiente:

Alcance de esta sección

13.1 Esta sección establece los principios para el reconocimiento y medición de los inventarios. Inventarios son activos:

- a) mantenidos para la venta en el curso normal de las operaciones;
- b) en proceso de producción con vistas a esa venta; o
- c) en forma de materiales o suministros, para ser consumidos en el proceso de producción, o en la prestación de servicios.

13.3 Esta sección no se aplica a la medición de los inventarios mantenidos por: Intermediarios que comercian con materias primas cotizadas, que midan sus inventarios al valor razonable menos costos de venta, con cambios en resultados.

Medición de los inventarios

13.4 Una entidad medirá los inventarios al importe menor entre el costo y el precio de venta estimado menos los costos de terminación y venta.

Costo de los inventarios

13.5 Una entidad incluirá en el costo de los inventarios todos los costos de compra, costos de transformación y otros costos incurridos para darles su condición y ubicación actuales.

Costos de adquisición

13.6 Los costos de adquisición de los inventarios comprenderán el precio de compra, los aranceles de importación y otros impuestos (que no sean recuperables posteriormente de las autoridades fiscales), el transporte, la manipulación y otros costos directamente atribuibles a la adquisición de las mercaderías, materiales o servicios. Los descuentos comerciales, las rebajas y otras partidas similares se deducirán para determinar el costo de adquisición.

13.7 Una entidad puede adquirir inventarios con pago aplazado. En algunos casos, el acuerdo contiene de hecho un elemento de financiación implícito, por ejemplo, una diferencia entre el precio de compra para condiciones normales de crédito y el importe de pago aplazado. En estos casos, la diferencia se reconocerá como gasto por intereses a lo largo del periodo de financiación y no se añadirá al costo de los inventarios.

Costos de transformación

13.8 Los costos de transformación de los inventarios incluirán los costos directamente relacionados con las unidades de producción, tales como la mano de obra directa.

También incluirán una distribución sistemática de los costos indirectos de producción variables o fijos, en los que se haya incurrido para transformar las materias primas en productos terminados. Son costos indirectos de producción fijos los que permanecen relativamente constantes, con independencia del volumen de producción, tales como la depreciación y mantenimiento de los edificios y equipos de la fábrica, así como el costo de gestión y administración de la planta. Son costos indirectos variables los que varían directamente, o casi directamente, con el volumen de producción, tales como los materiales y la mano de obra indirecta.

Distribución de los costos indirectos de producción

13.9 Una entidad distribuirá los costos indirectos fijos de producción entre los costos de transformación sobre la base de la capacidad normal de los medios de producción. Capacidad normal es la producción que se espera conseguir en promedio, a lo largo de un número de periodos o temporadas en circunstancias normales, teniendo en cuenta la pérdida de capacidad procedente de las operaciones previstas de mantenimiento. Puede usarse el nivel real de producción si se aproxima a la capacidad normal. El importe de costo indirecto fijo distribuido a cada unidad de producción no se incrementará como consecuencia de un nivel bajo de producción, ni por la existencia de capacidad ociosa. Los costos indirectos no distribuidos se reconocerán como gastos en el periodo en que hayan sido incurridos. En periodos de producción anormalmente alta, el importe de costo indirecto fijo distribuido a cada unidad de producción disminuirá, de manera que los inventarios no se midan 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.

Producción conjunta y subproductos

13.10 El proceso de producción puede dar lugar a la fabricación simultánea de más de un producto. Este es el caso, por ejemplo, de la producción conjunta o de la producción de productos principales junto a subproductos. Cuando los costos de las materias primas o los costos de transformación de cada producto no sean identificables por separado, una entidad los distribuirá entre los productos utilizando bases coherentes y racionales. La distribución puede basarse, por ejemplo, en el valor de mercado relativo de cada producto, ya sea como producción en proceso, en el momento en que los productos pasan a identificarse por separado, o cuando se termine el proceso de producción. La mayoría de los subproductos, por su propia naturaleza, no son significativos. Cuando este sea el caso, la entidad los medirá al precio de venta, menos el costo de terminación y venta, deduciendo este importe del costo del producto principal. Como resultado, el importe en libros del producto principal no resultará significativamente diferente de su costo.

Otros costos incluidos en los inventarios

13.11 Una entidad incluirá otros costos en el costo de los inventarios solo en la medida en que se haya incurrido en ellos para dar a los mismos su condición y ubicación actuales.

Costos excluidos de los inventarios

13.13 Son ejemplos de costos excluidos del costo de los inventarios y reconocidos como gastos en el periodo en el que se incurren, los siguientes:

- a) Importes anormales de desperdicio de materiales, mano de obra u otros costos de producción.
- b) Costos de almacenamiento, a menos que sean necesarios durante el proceso productivo, previos a un proceso de elaboración ulterior.

- c) Costos indirectos de administración que no contribuyan a dar a los inventarios su condición y ubicación actuales.
- d) Costos de venta.

Fórmulas de cálculo del costo

13.17 Una entidad medirá el costo de los inventarios de partidas que no son habitualmente intercambiables y de los bienes y servicios producidos y segregados para proyectos específicos, utilizando identificación específica de sus costos individuales.

13.18 Una entidad medirá el costo de los inventarios, distintos de los tratados en el párrafo 13.17, utilizando los métodos de primera entrada primera salida (FIFO) o costo promedio ponderado. Una entidad utilizará la misma fórmula de costo para todos los inventarios que tengan una naturaleza y uso similares. Para los inventarios con una naturaleza o uso diferente, puede estar justificada la utilización de fórmulas de costo distintas. El método última entrada primera salida (LIFO) no está permitido en esta NIIF.

Reconocimiento como un gasto

13.20 Cuando los inventarios se vendan, la entidad reconocerá el importe en libros de éstos como un gasto en el periodo en el que se reconozcan los correspondientes ingresos de actividades ordinarias.

13.21 Algunos inventarios pueden distribuirse a otras cuentas de activo, por ejemplo los inventarios que se emplean como un componente de las propiedades, planta y equipo de propia construcción. Los inventarios distribuidos a otro activo de esta forma se contabilizan posteriormente de acuerdo con la sección de esta NIIF aplicable a ese tipo de activo.

Información a revelar

13.22 Una entidad revelará la siguiente información:

- a) Las **políticas contables** adoptadas para la medición de los inventarios, incluyendo la fórmula de costo utilizada.
- b) El importe total en libros de los inventarios y los importes en libros según la clasificación apropiada para la entidad.
- c) El importe de los inventarios reconocido como gasto durante el periodo.
- d) Las pérdidas por deterioro del valor reconocidas o revertidas en el resultado, de acuerdo con la Sección 27.
- e) El importe total en libros de los inventarios pignorados en garantía de pasivos.

Esta investigación se basara en las **Normas Internacionales De Contabilidad Con La Sección 2** que nos habla todo lo que es el inventario continuación se redactara lo siguiente:

3. Esta Norma no será de aplicación para la valoración de las existencias mantenidas por:

Intermediarios que comercien con materias primas cotizadas, siempre que valoren sus existencias al valor razonable menos los costes de venta. En el caso de que esas existencias se contabilicen por un importe que sea el valor razonable menos los costes de venta, los cambios en dicho importe se reconocerán en el resultado del ejercicio en que se produzcan los mismos.

4. Los intermediarios que comercian son aquéllos que compran o venden materias primas cotizadas por cuenta propia o bien por cuenta de terceros. Las existencias a que se ha hecho referencia en el apartado (b) del párrafo 3 se adquieren, principalmente, con el propósito de venderlas en un futuro próximo y generar ganancias procedentes de las fluctuaciones en el precio o un margen comercial. Cuando esas existencias se contabilicen por su valor razonable menos los costes de venta, quedarán excluidas únicamente de los requerimientos de valoración establecidos en esta Norma.

7. El valor neto realizable hace referencia al importe neto que la entidad espera obtener por la venta de las existencias, en el curso normal de la explotación. El valor razonable refleja el importe por el cual esta misma existencia podría ser intercambiada en el mercado, entre compradores y vendedores interesados y debidamente informados. El primero es un valor específico para la entidad, mientras que este último no. El valor neto realizable de las existencias puede no ser igual al valor razonable menos los costes de venta.

8. Entre las existencias también se incluyen los bienes comprados y almacenados para revender, entre los que se encuentran, por ejemplo, las mercaderías adquiridas por un minorista para revender a sus clientes, y también los terrenos u otras inversiones inmobiliarias que se tienen para ser vendidos a terceros. También son existencias los productos terminados o en curso de fabricación por la entidad, así como los materiales y suministros para ser usados en el proceso productivo.

Coste de las existencias

10. El coste de las existencias comprenderá todos los costes derivados de la adquisición y transformación de las mismas, así como otros costes en los que se haya incurrido para darles su condición y ubicación actuales.

Costes de adquisición

11. El coste de adquisición de las existencias comprenderá el precio de compra, los aranceles de importación y otros impuestos (que no sean recuperables posteriormente de las autoridades fiscales), los transportes, el almacenamiento y otros costes directamente atribuibles a la adquisición de las mercaderías, los materiales o los servicios. Los descuentos comerciales, las rebajas y otras partidas similares se deducirán para determinar el coste de adquisición.

Costes de transformación

12. Los costes de transformación de las existencias comprenderán aquellos costes directamente relacionados con las unidades producidas, tales como la mano de obra directa. También comprenderán una parte, calculada de forma sistemática, de los costes indirectos, variables o fijos, en los que se haya incurrido para transformar las materias primas en productos terminados. Costes indirectos fijos son todos aquéllos que permanecen relativamente constantes, con independencia del volumen de producción, tales como la amortización y mantenimiento de los edificios y equipos de la fábrica, así como el coste de gestión y administración de la planta. Costes indirectos variables son todos aquéllos que varían directamente, o casi directamente, con el volumen de producción obtenida, tales como los materiales y la mano de obra indirecta.

13. El proceso de distribución de los costes indirectos fijos a los costes 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 ejercicios o temporadas, y teniendo en cuenta la pérdida de capacidad que resulta de las operaciones previstas de mantenimiento. Puede usarse el nivel real de producción siempre que se aproxime a la capacidad normal. La cantidad de coste indirecto fijo distribuido a cada unidad de producción no se incrementará como consecuencia de un nivel bajo de producción, ni por la existencia de capacidad ociosa. Los costes indirectos no distribuidos se reconocerán como gastos del ejercicio en que han sido incurridos. En periodos de producción anormalmente alta, la cantidad de coste indirecto distribuido a cada unidad de producción se disminuirá, de manera que no se valoren las existencias por encima del coste. Los costes indirectos variables se distribuirán, a cada unidad de producción, sobre la base del nivel real de uso de los medios de producción.

14. El proceso de producción puede dar lugar a la fabricación simultánea de más de un producto. Este es el caso, por ejemplo, de la producción conjunta o de la producción de productos principales junto a subproductos. Cuando los costes de

transformación de cada tipo de producto no sean identificables por separado, se distribuirá el coste total entre los productos, utilizando bases uniformes y racionales. La distribución puede basarse, por ejemplo, en el valor de mercado de cada producto, ya sea como producción en curso, en el momento en que los productos comienzan a poder identificarse por separado, o cuando se complete el proceso productivo. La mayoría de los subproductos, por su propia naturaleza, no poseen un valor significativo. Cuando este sea el caso, se medirán frecuentemente por su valor neto realizable, deduciendo esa cantidad del coste del producto principal. Como resultado de esta distribución, el importe en libros del producto principal no resultará significativamente diferente de su coste.

Otros costes

15. En el cálculo del coste de las existencias, se incluirán otros costes, en el, siempre que se hubiera incurrido en ellos para dar a las mismas su condición y ubicación actuales. Por ejemplo, podría ser apropiado incluir como coste de las existencias, algunos costes indirectos no derivados de la producción o los costes del diseño de productos para clientes específicos.

16. Son ejemplos de costes excluidos del coste de las existencias, y por tanto reconocidos como gastos del ejercicio en el que se incurren, los siguientes:

- las cantidades anormales de desperdicio de materiales, mano de obra u otros costes de producción;
- los costes de almacenamiento, a menos que esos costes sean necesarios en el proceso productivo, previos a un proceso de elaboración ulterior;
- los costes indirectos de administración que no hayan contribuido a dar a las existencias su condición y ubicación actuales; y
- los costes de venta.

Sistemas de valoración de costes

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.

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. A menudo se utiliza un porcentaje medio para cada sección o departamento comercial.

Fórmulas del coste

23. El coste de las existencias de productos que no sean habitualmente intercambiables entre sí, así como de los bienes y servicios producidos y segregados para proyectos específicos, se determinará a través del método de identificación específica de sus costes individuales.

24. La identificación específica del coste significa que cada tipo de coste concreto se distribuirá entre ciertas partidas identificadas dentro de las existencias. Este procedimiento será el tratamiento adecuado para aquellos productos que se segreguen para un proyecto específico, con independencia de que hayan sido producidos por la entidad o comprados en el exterior. Sin embargo, la identificación específica de costes resultará inadecuada cuando, en las existencias, haya un gran número de productos que sean habitualmente intercambiables. En estas circunstancias, el método para seleccionar qué productos individuales van a permanecer en la existencia final, podría ser utilizado para obtener efectos

predeterminados en el resultado del ejercicio.

25. El coste de las existencias, distintas de las tratadas en el párrafo 23, se asignará utilizando los métodos de primera entrada primera salida (FIFO) o coste medio ponderado. La entidad utilizará la misma fórmula de coste para todas las existencias que tengan una naturaleza y uso similares dentro de la misma. Para las existencias con una naturaleza o uso diferente, puede estar justificada la utilización de fórmulas de coste también diferentes.

26. Por ejemplo, dentro de la misma entidad, las existencias utilizadas en un segmento del negocio pueden tener un uso diferente del que se da al mismo tipo de existencias, en otro segmento del negocio. Sin perjuicio de lo anterior, la diferencia en la ubicación geográfica de las existencias (o en las reglas fiscales correspondientes) no es, por sí misma, motivo suficiente para justificar el uso de fórmulas de coste diferentes.

27. La fórmula FIFO, asume que los productos en existencias comprados o producidos antes, serán vendidos en primer lugar y, consecuentemente, que los productos que queden en la existencia final serán los producidos o comprados más recientemente. Si se utiliza el método o fórmula del coste medio ponderado, el coste de cada unidad de producto se determinará a partir del promedio ponderado del coste de los artículos similares, poseídos al principio del ejercicio, y del coste de los mismos artículos comprados o producidos durante el ejercicio. Se puede calcular el promedio periódicamente o después de recibir cada envío adicional, dependiendo de las circunstancias de la entidad.

2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

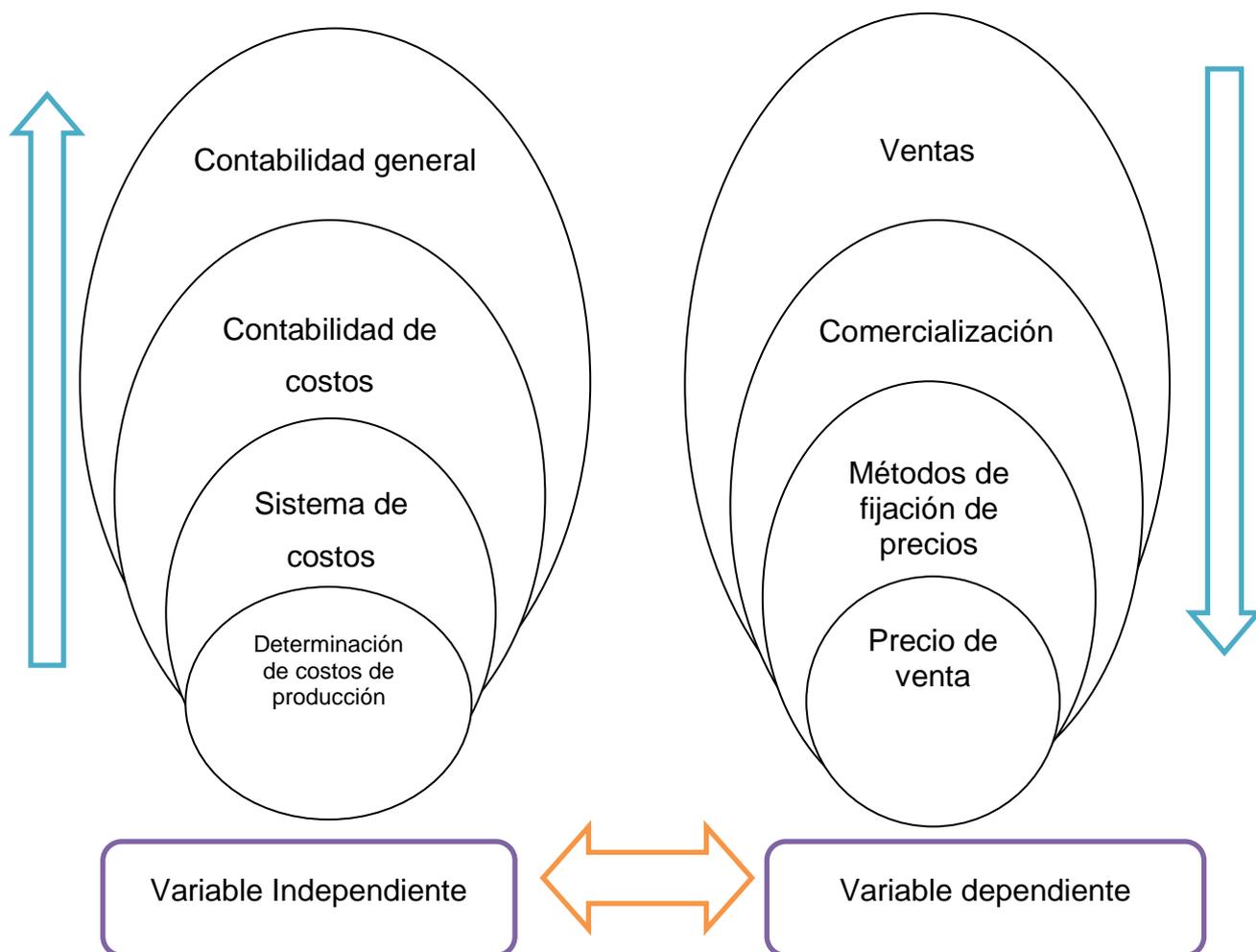


Gráfico N° 2. 1. Inclusiones de Categorías conceptuales
Elaborado por: Azogue I. (2015)

2.4.1 Constelación de Ideas de la Variable Independiente

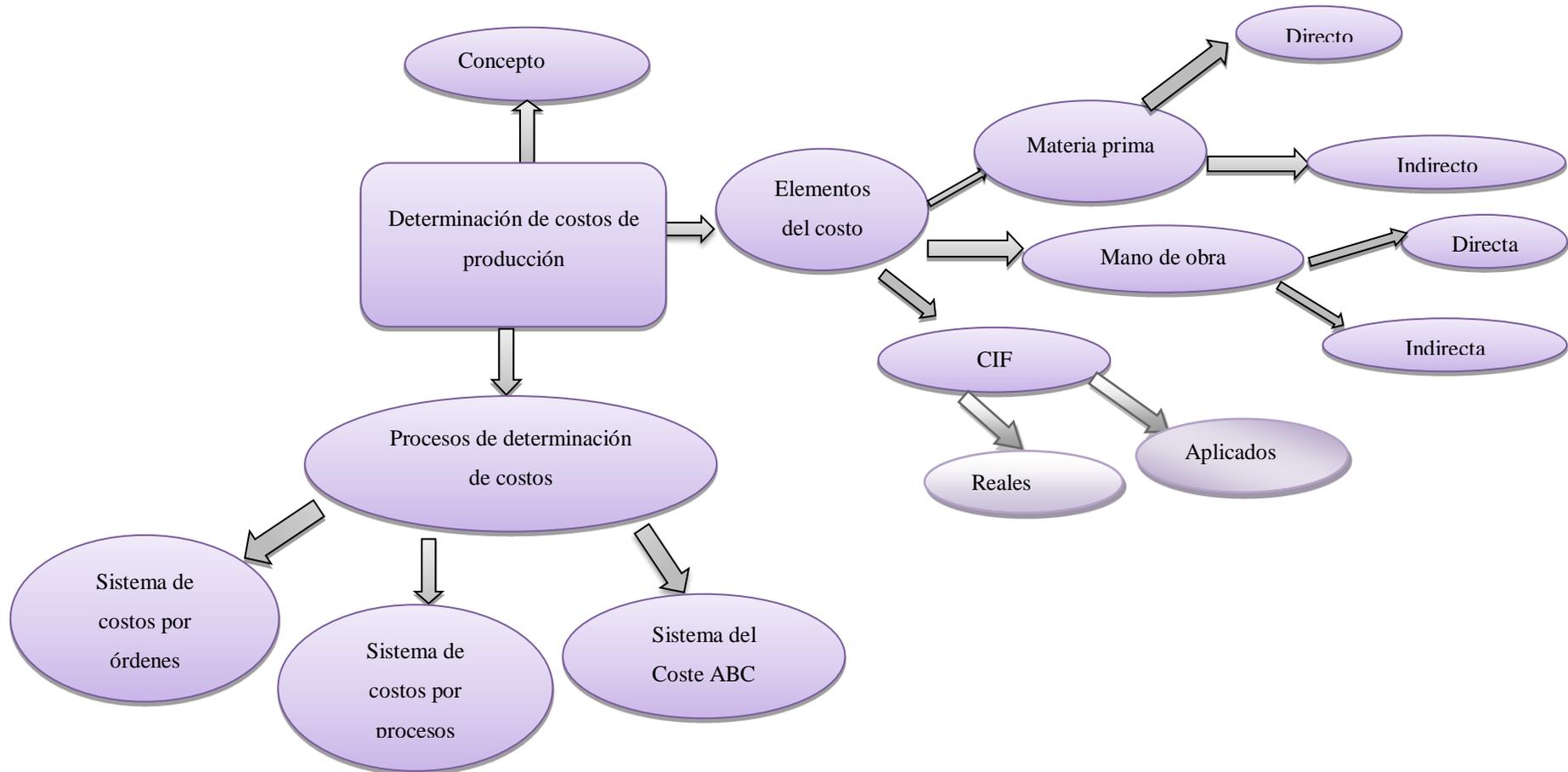


Gráfico N° 2. 2.- Variable Independiente
Elaborado por: Azogue I. (2015)

2.4.2. Constelación de Ideas de la Variable Dependiente

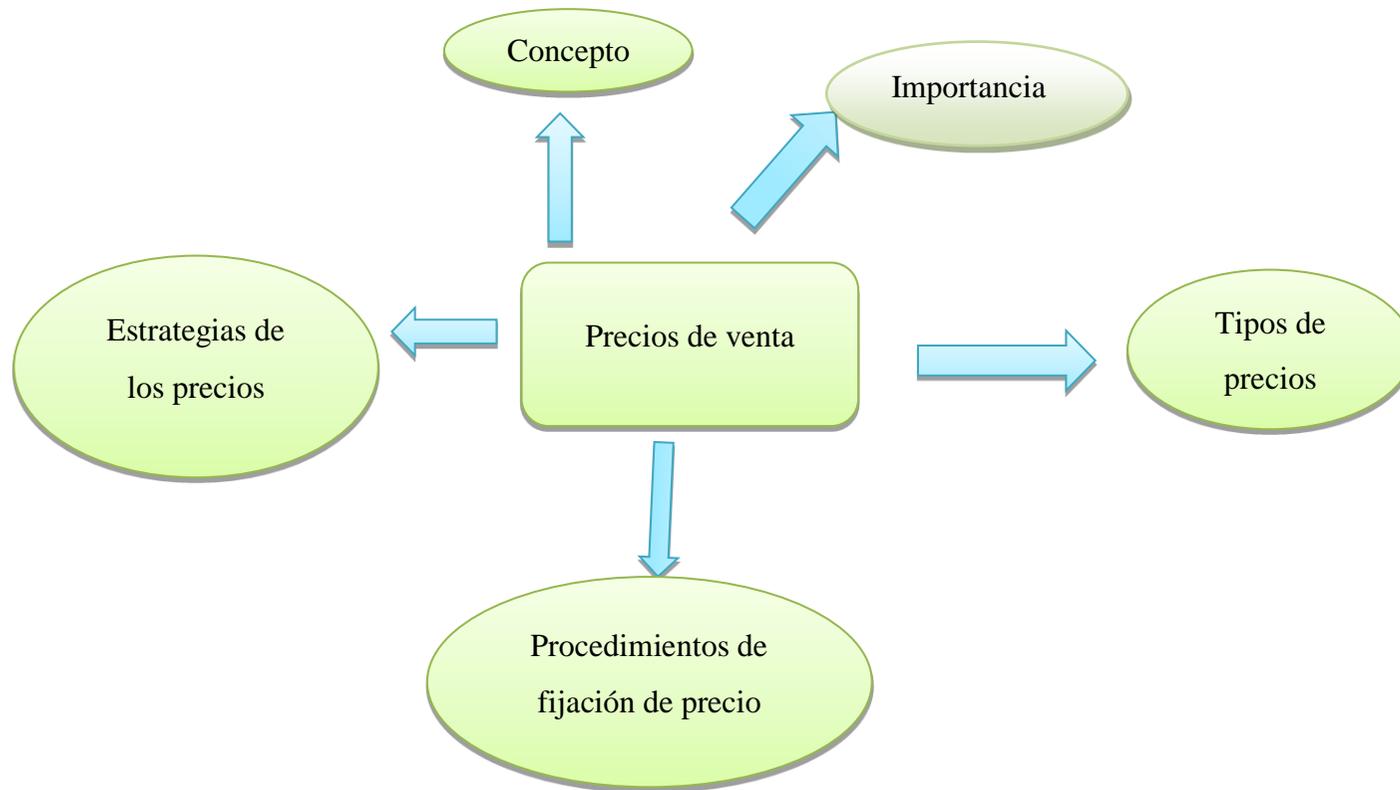


Gráfico N° 2. 3. Variable Dependiente
Elaborado por: Azogue I. (2015)

2.4.1 Descripción Conceptual De La Variable Independiente

2.4.1.1. Contabilidad General

Según Zapata P. (2005, pág. 18), *“La contabilidad es un elemento del sistema de información de un ente, que proporciona datos sobre su patrimonio y la evolución del mismo, destinados a facilitar las decisiones de sus administradores y de los terceros que interactúan con él en cuanto se refiere a su relación actual o potencial con el mismo”*

2.4.1.2. Contabilidad de costos

Según Gómez O. (2005, pág. 2), Define que la contabilidad de costos consiste como todo sistema o una serie de procedimientos tendientes a determinar el costo de un producto y las distintas actividades que se requiere para su fabricación y venta, así como para planear y medir la ejecución del trabajo.

La contabilidad de costos constituye un instrumento propio de la gerencia en las grandes empresas, en realidad puede resultar igualmente indispensable para las compañías de menor capacidad, en la contabilidad de costos se aprovecha en los departamentos de ventas no solo para determinar la eficiencia de operaciones sino también para formular nuevos proyectos y presupuestos, esto se aplica tanto a empresas grandes como para negocios pequeños y comprende actividades de fabricación así como las ventas.

2.4.1.3. Sistema de costos

Según García J. (2007, pág. 116), Es el conjunto de procedimientos, técnicas, registros e informes estructurados sobre la base de la teoría de la partida doble y otros principios técnicos, que tiene por objeto la determinación de los costos unitarios de producción y el control de las operaciones fabriles efectuadas.

En palabras de Ortega L. (2003, pág. 150) Es el procedimiento, técnicas, registros e informes estructurados sobre la base de la teoría de la partida doble y otros principios técnicos, que tienen por objeto la determinación de los costos unitarios de producción y el control de las operaciones fabriles efectuadas.

2.4.1.4. Determinación de costos de producción

En términos de Vásconez J. (2003, pág. 33), Los costos de los productos elaborados se determinan una vez que se ha identificado los gastos realizados por concepto de mano de obra, materiales y gastos de fabricación utilizadas en la fabricación de los productos, este costo se mide en función del total de la producción, pero se miden también en función de una unidad producida.

2.4.1.4.1 Procesos de Determinación de costos

Según términos de Gómez O. (2005, pág. 6) Los sistemas de costos pueden dividirse en los siguientes grupos.

➤ Por Órdenes De Producción:

En palabras de Molina A. (2007, pág. 115) Los costos se calculan para cada lote separado además de los costos para cada departamento de fábrica o división estructural. Es indispensable que se fabrique en lotes separados de cantidades claramente definidos; es decir, que debe haber una diferencia en cantidad, clase, tamaño o calidad.

La determinación de costos para las órdenes de producción representa una autorización para los departamentos productivos que inicien la elaboración de un artículo o lote de artículos homogéneos.

➤ Por Procesos De Producción:

En términos de Molina A. (2007, pág. 163) Los costos por procesos pueden usarse en cualquier departamento de producción de una fábrica en lo que los procesos se desarrollan en forma continua y en donde no haya mucha variación en el tipo de

productos que se fabriquen. Se aplican a las industrias de producción en masa, en las que se obtienen permanentemente artículos idénticos. Este sistema se adopta en las siguientes industrias, entre otras como textiles, refinería de azúcar, refinería de sal, panaderías, petroleras, químicas, metalúrgicas, de cemento, mineras, generadores de electricidad y gas etc.

En este sistema la producción se acumula periódicamente en los centros de costos, bien sea en procesos secuenciales que consisten en un proceso que va de un departamento a otro hasta quedar totalmente terminado, o en procesos paralelos independientes los unos de los otros, pero cuya unión final es necesario para obtener el producto terminado.

➤ **Método de costeo ABC:**

En palabras de Molina A. (2007, pág. 221), Es el que registra las actividades, como los costos de no hacer, tales como el tiempo de espera de la maquinaria, el tiempo de espera de una pieza componente o de una herramienta, las demoras en los envíos de materiales, los costos de desechar o reparar piezas defectuosas. Por lo tanto estos costos en estas actividades no solo permiten en control de costos el cual muestra cuánto dinero genera o pierde realmente cada producto.

2.4.1.4.2 Elementos Del Costo

Según Rincón S. y Villarreal F. (2010, pág. 35) Los elementos claramente identificables que integran el costo son:

Materia Prima: Esta cuenta se registra el valor de las materias primas o materiales utilizados en el proceso de fabricación de los bienes destinados para la venta, adquiridos para ser usados en el proceso de fabricación.

La materia prima está dividida en materia prima directa e indirecta:

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

- **Materia Prima Indirecta:** son las materias primas que no guardan relación directa con el producto o es complejo su asignación a cada unidad de producto.

Mano De Obra: Es el esfuerzo humano que se aplica a la elaboración del producto e intervienen en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados y se dividen en:

- **Mano De Obra Directa:** es la fuerza laboral que está físicamente relacionado con el proceso de fabricación del producto.
- **Mano de Obra Indirecta:** es aquella que está ubicada en la fábrica pero razonablemente no se puede asociar al proceso productivo, porque no está físicamente relacionado con el proceso del producto.

Costos Indirectos de Fabricación CIF'S.- Son todos los costos de fábrica que no se pueden asociar directamente con el producto o es complejo asociarlos con precisión e intervienen en la transformación de los productos pero no se identificaba ni cuantifican, esto no se encuentra en relación directamente con el volumen de producción, es decir hay grandes o pequeños volúmenes estos son fijos, entre los más usuales se pueden citar los servicios básicos, arrendamientos, primas de seguros, etc.”

- **CIF REALES**

Según Zapata P. (2007, pág. 129) Define que estos costos se deben registrar tan pronto ocurran, es decir, cuando se reconozcan el uso, consumo, devengamiento o extinción, manifestados por la presencia de documentos fuente por ejemplo, una nota de egreso dirá que los materiales indirectos se incorporaron a la producción; el pago de la factura de arriendo, la factura de la empresa eléctrica pero siempre que se relacione con la producción pasan a formar parte del costo de producción.

➤ CIF APLICADOS

Son aquellos que se originan en función de un presupuesto establecido, o sobre un factor calculado de gastos indirectos; pudiendo tomarse como base unitaria para la obtención de los gastos indirectos estimulados; unidades, horas de trabajo y valores.

2.4.2. Descripción Conceptual De La Variable Dependiente

2.4.2.1. Ventas

Según Philip Klother (2004, pág. 20) Es otra forma de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objetivo, es vender lo que hacen en lugar de hacer lo que el mercado desea, sostiene que los consumidores y los negocios, si se les deja solos, normalmente no adquirirán una cantidad suficiente de los productos de la organización; por ello, ésta debe emprender una labor agresiva de ventas y promoción.

El proceso del **concepto de venta**, según Philip Kotler, es el siguiente:

Punto de partida	»	Punto central	»	Punto medio	»	Punto final
La Fábrica		Los Productos		Una labor agresiva de ventas y promoción		Las utilidades que se generan mediante el volumen de ventas

2.4.2.2. Comercialización

Según Charles W, Joseph F y Carl McDaniel (2006, pág. 342) Es la decisión de llevar un producto al mercado. La decisión de comercializar un producto hace que se inicien varias tareas; el pedido de equipo y materiales de producción, arranque de la producción, provisión de inventarios, embarque del producto a los puntos de distribución capacidad de los vendedores, y anuncio del nuevo producto a la negociación y a los consumidores potenciales.

2.4.2.3. Métodos de fijación de precios

Según Pérez D. y Martínez I. (2006, págs. 24-27) La empresa se ve obligada a fijar el precio de un producto en el momento en el que lo lanza al mercado o lo introduce en un nuevo segmento o en un nuevo canal de distribución. En ese momento tiene que tomar una decisión crucial para la vida de ese producto y, por lo tanto, debe ser extremadamente cuidadoso en el análisis de todos los elementos involucrados.

Para fijar los precios, la empresa debe seguir seis pasos con anterioridad:

- Determinar los objetivos de Marketing: como hemos venido diciendo, el precio forma parte de la estrategia global de la empresa y, en concreto, de la estrategia de Marketing, por lo que tiene que estar íntimamente relacionado con los planes de este departamento.
- Estimar la demanda: debe analizar las posibles cantidades que pueden venderse en ese precio determinado.
- Calcular la variación de costes en función de los distintos niveles de producción posibles.
- Examinar a la competencia: debe conocer los precios, costes y ofertas de los competidores para tener referencias válidas y posibilidades de prever escenarios futuros, con el fin de poder reaccionar ante cambios de la competencia.
- Determinar el sistema de fijación de precios que va a seguir.
- Seleccionar el precio final teniendo en cuenta la influencia de otros elementos de Marketing Mix sobre el mismo.

Como hemos señalado en alguna ocasión, se trata de ganar dinero, por lo que el precio siempre vendrá determinado por los costes, como mínimo, pero no sólo por ellos. A continuación veremos qué tipos de sistemas se pueden seguir para el establecimiento de los precios de nuestros productos.

➤ **Métodos basados en el coste**

Es considerado como el más objetivo. Consiste en la fijación de un margen sobre el coste del producto o en el establecimiento de un precio objetivo que proporcione un nivel de rendimiento establecido. Es un sistema muy simple que no contempla en un principio otros factores que podrían permitir cambiar el precio aun teniendo éste más recorrido. El cálculo se hace a partir del análisis de los costes variables incurridos en la fabricación del producto, a lo que se le suma la parte proporcional de gastos fijos de la empresa.

La fabricación de vehículos supone un análisis exhaustivo de los costes necesarios para producir una unidad (fija y variable, directa e indirecta). A partir de ahí, si los fabricantes utilizaran este método le añadirían el margen deseado y definirían el precio final. Sin embargo estas empresas sí tienen en cuenta otros factores como el posicionamiento del producto, valor percibido por el cliente, etc., que les permiten tener márgenes diferentes a partir del coste determinado y en función del modelo elegido.

Los márgenes suelen ser más altos en productos de tipo estacional, por el mayor riesgo a no ser vendidos, en productos de lujo, en productos de baja rotación, etc. En realidad, a pesar de que es un método objetivo, no tiene en cuenta elementos fundamentales como la competencia, el valor percibido, el posicionamiento, etc. Y eso no permitirá la fijación del precio óptimo. Generalmente, no permite tener flexibilidad ante cambios en la demanda del sector ni en el caso de que la competencia establezca unos precios más bajos que los nuestros.

Este sistema es muy parecido al de establecimiento de precios fijando un objetivo de rentabilidad; es decir, la empresa señala el nivel de rentabilidad que quiere conseguir y en función de eso establece los precios de los productos. También se trata de un sistema objetivo pero entraña los mismos riesgos que la fijación por costes.

➤ **Métodos basados en la competencia**

Se trata de fijar los precios según los precios establecidos por los competidores. Varían según la posición que tenga la empresa, de líder o de seguidor, la calidad del producto o servicio prestado y la forma contractual de la compraventa.

En este caso, son las empresas grandes del sector las que marcan la pauta y las demás las siguen. De esta manera se definen los límites en los que deben moverse los precios para que el producto sea adquirido por el comprador. Aquí las ventajas diferenciales se convierten en el arma utilizada para poder sacar algún margen adicional sobre los precios de la competencia.

Pero no necesariamente se trata de poner unos precios inferiores a los de los competidores, dependiendo de la estrategia general de la empresa, los precios incluso podrán ser superiores si, por ejemplo, el posicionamiento del producto está por encima de los de la competencia.

Cuando un sector establece los límites en los que un producto puede ser adquirido por el mercado, la empresa debe empezar a actuar sobre el resto de variables para conseguir aumentar la eficiencia en sus procesos productivos y comerciales, es decir, reducir los costes para poder aumentar los márgenes, o lograr unas mayores ventas (volúmenes)

➤ **Métodos basados en el valor percibido**

Tienen como fundamento el comportamiento del consumidor y la percepción que éste tiene del producto y del mercado. Una vez superado el precio mínimo que nos determina el coste del producto, el fabricante puede utilizar el concepto de valor percibido por el cliente para poder variar el precio en función de esa percepción.

La fijación de precios basada en el valor significa que el precio debería representar una oferta de alto valor para los consumidores. La percepción que el consumidor tenga de nuestros productos depende, en gran medida, del adecuado uso que la empresa haga de sus herramientas de Marketing para conseguir que esa

percepción de valor sea elevada y, por lo tanto, el consumidor esté dispuesto a pagar un precio superior.

Lo más importante de este sistema de fijación de precios, evidentemente, es determinar con exactitud qué percepción tiene el consumidor de nuestro producto. Si nos creemos que la percepción es mayor de lo que es en realidad, fijaremos un precio excesivamente alto y viceversa.

Existen muchos productos que son lanzados al mercado con precios muy por encima de coste por la percepción de calidad que hace el cliente de ellos. Los ejemplos más claros son los productos de lujo, cuyo coste de fabricación suele estar por encima de los productos similares de sectores ajenos al lujo, pero que tienen amplios costes en elementos ajenos a la producción como el servicio, la ubicación de los puntos de venta, etc. lo que hace que sus costes aumenten. En cualquier caso, su margen siempre es muy superior al de los productos similares de otros sectores, pero a costa de un menor volumen de ventas.

2.4.2.4. Precio de venta

Según Kotler y Armstrong (2004, pág. 62), Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o suma de los valores que el consumidor intercambia por el beneficio de tener o usar el producto o servicio. Poner el precio base para un producto es una decisión de marketing. Otras estrategias necesarias corresponden al cambio de precios, a asignar precios a artículos relacionados entre sí dentro de una línea de productos, a los términos de la venta y a los posibles descuentos. Una decisión especialmente difícil es la de elegir el precio de un nuevo producto.

2.4.2.4.1 Importancia

Según Planning (2012, págs. 3-4) Lo más importantes para la mayoría de las personas sobre las bondades del producto 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 entrando 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.

2.4.2.4.2 Tipos de precios

Según Baños A. (s/f) menciona los tipos de precio que son los siguientes:

- **Precio efectivo:** Es el pago final que hace el comprador después del descuento de promociones y otros incentivos.
- **Precio lineal:** Se trata del uso de un número limitado de precios para varios productos.
- **Precio a pérdida:** Consiste en establecer un precio bajo los niveles de costo para motivar la adquisición de otros productos que si tienen un valor de compra adecuado.
- **Precio psicológico:** Más que en el valor real producto, está basado en la percepción que tienen los consumidores.
- **Precio multidimensional:** En lugar de un simple monto de dinero, esta metodología combina cronogramas de pago y cancelación de iniciales, entre otras alternativas.

2.4.2.4.3 Procedimientos de la fijación de precio

Según Kotler, Philip (2002) Una empresa debe poner un precio inicial cuando desarrolla un nuevo producto cuando introduce su producto normal en un canal de distribución o área geográfica, y cuando licita para conseguir nuevos contratos. El precio también es un elemento clave para apoyar el posicionamiento de calidad de un producto al establecer un precio se fija los siguientes pasos:

➤ Selección de los objetivos del precio

La empresa debe decidir dónde quiere posicionar su oferta en el cual debe perseguir cualquiera de los cinco objetivos siguientes a través de sus precios:

- Supervivencia.- como su principal objetivo si se adentran con exceso de capacidad o una competencia feroz, o cuando los deseos de los consumidores cambian constantemente. Mientras que los precios cubren los costos variables i parte de los costos fijos, la empresa podrá seguir en el negocio.
- Maximización de las utilidades.- muchas empresas intentan fijar un precio que sirva para maximizar las utilidades actuales seleccionando un precio que genere un máximo de utilidades de efectivo o tasa de rendimiento de la inversión.
- Maximización de la participación de mercado.- animadas por la idea que un mayor volumen de ventas permitirá reducir los costos unitarios e incrementara las utilidades a largo plazo.
- Maximización de mercado por decremento.- las empresas que descubren algún avance tecnológico favorece los precios altos para maximizar el mercado por decremento.
- Liderazgo en calidad de las producto.-muchas marcas se esfuerzan por convertirse en lujos accesibles es decir, en un producto o servicio que se caracteriza por niveles elevaos de calidad percibida, gustos y estatutos,

pero con un precio no demasiado alto como para poder estar al alcance de los consumidores.

➤ **Determinar la demanda**

Cada precio genera un nivel de demanda distinto y por tanto tiene un impacto diferente sobre los objetivos del 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 la demanda muestra la capacidad de compra probablemente del mercado a diferentes precios, tomando en cuenta las reacciones de muchos individuos que tienen sensibilidad a los precios.

➤ **Estimaciones De Los Costos**

La demanda establecerá 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 riesgo.

➤ **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 del competidor, superior o inferior dependiendo del 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 precio.

2.4.2.4.4 Estrategias Para la Selección de Precios

Según Pérez D. y Pérez Martínez I. (2006, págs. 24-27) De todo lo que se ha dicho hasta ahora, cabe deducir que la empresa necesita de forma inevitable determinar y definir una estrategia de fijación de precios. El precio no es sólo una

herramienta de obtención de beneficios, sino también una herramienta clave para la estrategia global de la empresa.

➤ **Estrategia de precios y de Marketing**

En este caso, la fijación del precio viene determinada por la estrategia de Marketing siempre sin olvidar que el objetivo es ganar dinero) El precio forma parte de esa estrategia y se entiende como un elemento más de la imagen del producto.

➤ **Estrategia de precios y valor**

La empresa debe decidir si el precio y el valor del producto estarán igualados. En este tipo de estrategia, el producto tendrá un precio adecuado a su valor, aunque eso signifique, incluso, ir contra la lógica económica de que un menor precio aumenta la demanda. Si una empresa está convencida de que su producto es superior en calidad, por ejemplo, al de la competencia, puede decidir que su estrategia de precios se ligue al valor del producto y establezca unos precios más elevados.

➤ **Estrategia de precios a medida**

En todo mercado existe un segmento especial al que una empresa puede dirigirse. Se trata de centrar los esfuerzos competitivos en un sector generalmente pequeño (luego los ingresos no vendrán tanto del volumen de ventas como de los altos márgenes), con unas exigencias muy determinadas pero dispuesto a pagar un mayor precio que a la competencia si se le da un servicio o producto casi hecho a medida.

2.5. HIPÓTESIS

La determinación de costos de producción incide a la fijación de precios de venta del taller de calzado Maite de la ciudad de Ambato.

2.6. SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES

Variable Independiente: Determinación de costos de producción.

Variable Dependiente: Fijación de precio de venta.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Enfoque

El desarrollo de la presente investigación está enmarcado en el enfoque cualitativo, debido a que el problema que se plantea requiere una investigación interna utilizando técnicas cualitativas que permitirán una observación naturalista con el objeto de describir e interpretar la realidad del problema en un espacio contextualizado con una perspectiva de adentro hacia fuera; los objetivos que se plantean proponen acciones inmediatas a fin de solucionar satisfactoriamente el problema identificado; formula una hipótesis lógica que será resuelta en base a interrogantes; se trabajará con una población pequeña que facilitará el desarrollo del trabajo de campo con la intervención de todos los actores que forman la empresa y sus resultados no serán generalizables debido a que se investigará exclusivamente en el contexto en que se desarrolla comúnmente la empresa; la investigación se desarrollará con un criterio holístico y una posición dinámica para observar, describir, interpretar y solucionar el problema identificado

Según Hernández R. Fernández C. y Baptista M. (2010, págs. 4-6) “El enfoque cuantitativo usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”.

Enfoque cualitativo utiliza recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación”.

Según Herrera L. Medina A. y Naranjo G. (2004, pág. 102) “la investigación predominantemente cualitativa conocida también como: Naturalista, participativa, etnográfica, humanística, interna, interpretativa.

Investigación predominante cuantitativa conocida también como: Normativa, homotética, externa, explicativa, realista.”

Según Cid A. Méndez R. y Sandoval F. (2007, pág. 21) “la investigación cuantitativa es seria y elegante; los datos cuantitativos permiten hacer tablas y graficas que ilustran adecuadamente un fenómeno, es la ciencia exacta ellas forman el modelo de cómo hacer ciencia midiendo y cuantificando los fenómenos es razonable y útil. Cuantificar es establecer magnitudes precisas y evitar las afirmaciones.

La investigación cualitativa los datos no se recogen de una sola vez sino progresivamente. De hecho unos datos provocan la necesidad de recabar a otros el estudio cualitativo profundiza en el entendimiento de las interioridades de los fenómenos”.

3.2. Modalidad Básica de la Investigación

La investigación a realizarse es combinada, significa que utilizaremos las siguientes investigaciones.

Investigación de campo

Según Herrera L. Medina A. y Naranjo G. (2004, pág. 103) ”es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos.”

Según Cid A. Méndez R. y Sandoval F. (2007, pág. 27) “la investigación de campo se presentara mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosas controladas con el fin de describir de qué modo o porque causas se producen una situación o acontecimiento particular.

Podríamos definirla diciendo que es el proceso que utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social

o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos”.

Según Hernández R. Fernández C. y Baptista M. (2010, pág. 280) “Es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la investigación realizada, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto”.

Investigación Documental o Bibliográfica

En palabras de Herrera L. Medina A. y Naranjo G. (2004, pág. 103) “La investigación documental o bibliográfica tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos (fuentes primarias) o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias)”.

Según Méndez y Astudillo (2008) “La investigación bibliográfica centra su desarrollo en las habilidades del investigador, como el olfato académico que utiliza para reconocer datos e información relevantes y así evitar el uso de datos secundarios que seguramente lo conducirán a formular planteamientos obvios”.

Según Rojas (2000) esta técnica se orienta que otros han escrito relacionadas con el tema estudiado. Ya sea para enriquecer en marco teórico del trabajo o para conocer parte de la historia, antecedente y hecho que han ocurrido en torno al fenómeno que interesa y que forma parte del contexto indispensable.

Identifica tres niveles de información dos de los cuales se obtienen mediante el empleo de técnicas documentales, estos se detallan a continuación:

Primer nivel: implica en manejo de las teorías generales y elementos teóricos existentes sobre las variables que se están estudiando, dicha información puede

obtenerse de distintas fuentes como:

- Libros.
- Tratados.
- Enciclopedias.

Segundo nivel: implica el análisis de la información empírica secundaria o indirecta proveniente de distintas fuentes; por ejemplo:

- Informes de investigación.
- Información presentada en noticias, revistas y otras fuentes.
- Estadísticas generales a nivel institucional.
- Archivos con información relevante acerca del tema.
- Memorias, anuarios.
- Publicaciones periódicos.
- Mapas
- Documentos gráficos, como fotografías, películas, pinturas etc.

3.3. Nivel o Tipos de Investigación

Investigación Exploratoria

Según Herrera L. Medina A. y Naranjo G. (2004, pág. 106) La investigación exploratoria “Es una metodología más Flexible de mayor amplitud dispersión y estudio poco estructurado. Con la finalidad sondear un problema poco investigado o desconocido en un contexto particular”.

Esta investigación está enmarcada en una investigación de tipo exploratorio debido al sondeo que se realizó para realizar el presente estudio, es así que se utiliza una metodología más amplia, y genera una hipótesis que será comprobada por medio de un análisis estadístico

Investigación Descriptiva

Según Herrera L. Medina A. y Naranjo G. (2004, pág. 106) Permite predicciones rudimentarias de medición precisa que requiere de conocimientos suficiente para muchas investigaciones de este nivel tienen interés de acción social. Con la finalidad clasificar elementos y estructuras, modelos de comportamiento, según ciertos criterios.

Además se utilizara la investigación descriptiva en el presente estudio para determinar los procesos que se utilizan para la producción de calzado, de manera que se puedan detallar todos y cada uno de los elementos del costo utilizados para los mismos, es decir que se pueda obtener los costos unitarios y totales del producto, para de esta manera poder establecer los precios reales de venta al consumidor.

Asociación de variables (Correlacional); De conformidad con Bernal C. (2010, pág. 122) en su libro metodología de la investigación, dice que; “la investigación Correlacional tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables, pero en ningún momento explica causas o consecuencias. Su principal soporte de ayuda es el uso de herramientas estadísticas.”

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

Según Herrera L. Medina A. y Naranjo G. (2004, pág. 107) dice 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 R. Fernández C. y Baptista M. (2010, pág. 174) 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.

Podemos dar por concluido que la población es la totalidad del fenómeno a estudiar entre estas pueden ser personas, objetos o cosas; donde la población posee una característica común.

En la siguiente tabla se muestra la población total del personal que desempeña sus labores en el taller:

Unidades	Cantidad
Operarios	3
Comercialización	2
Administración	1
Total	6

Tabla N° 3. 1.- Población y Muestra
Fuente: Taller de Cazado Maite.
Elaborado por: Azogue L. (2015)

3.4.2. Muestra

Según Bernal C. (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 debido a la ayuda que proporciona, la función que realiza es examinar a una parte de la población con la finalidad de conseguir deducciones de dicha población.

Además la muestra es la que puede determinar la problemática ya que es capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso.

Por otro lado se considera muestra a una parte de la población a estudiar y sirve

para representarla.

En palabras de Jhnson R. (2007, pág. 36), Para el presente trabajo se tomara en cuenta a toda la población de aquella entidad debido a que esta es pequeña y no amerita muestra alguna, con un conjunto de datos tan pequeños como este, a menudo basta elaborar un listado para presentar los resultados; sin embargo, también se puede utilizar métodos numéricos y gráficos para describir conjuntos de datos.

3.5. Operacionalización de variables

Es el proceso de llevar una variable del nivel genérico a un plano definido. Cabe operacionalizar una variable es hacerle medible.

Para que deben definirse las variables

- Para que otro investigador les dé el mismo significado a los términos de una Hipótesis
- Para comparar nuestra investigación con otras similares
- Para evaluar adecuadamente los resultados de nuestra investigación (Apoyala M. S/F, pág. 26)

3.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE: Determinación de Costos

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES O CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA INSTRUMENTO
Determinación de costos de producción. -Son el conjunto de procedimientos, técnicas, registros e informes estructurados sobre la base de la teoría de la partida doble y otros principios técnicos , que tiene por objeto la determinación de los costos unitarios de producción y el control de las operaciones fabriles efectuadas.	Elementos del costo	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Materia Prima ➤ Mano obra ➤ Costos indirectos de fabricación 	<p>¿Existe registros de materia prima que permita conocer la cantidad exacta requerida para la elaboración del producto?</p> <p>¿La empresa lleva un control de registro de entrada y salida del personal de fábrica?</p> <p>¿Existe una adecuada asignación de los CIF's para la determinación del costo del producto?</p>	Encuesta dirigida al personal de producción del Taller de calzado Maite
	Procedimientos de la determinación de costos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Por ordenes ➤ Por procesos ➤ Costeo ABC 	<p>¿La empresa realiza o produce su producción en base a lotes o pedidos?</p> <p>¿Los procesos que realiza el taller son en forma continua?</p> <p>¿Existe un control de las actividades inmersas en el proceso productivo?</p>	

Tabla N° 3. 2.-Determinación de Costos
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

3.5.2 VARIABLE DEPENDIENTE: Fijación de Precio

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES O CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA INSTRUMENTO
<p>FIJACIÓN DE PRECIO DE VENTA.- Es una estrategia económica que determina los objetivos financieros, de marketing y de métodos que tiene una compañía. También establece los objetivos del producto o marca, así como la elasticidad de su demanda en relación al precio y los recursos disponibles para su disposición.</p>	Fijación	Competencia	<p>¿El precio actual establecido para la empresa es competente para el cliente?</p> <p>¿La fijación de precio que la empresa utiliza usualmente es en base a?</p>	<p>Encuesta dirigida al personal de producción y a la propietaria del Taller de calzado Maite</p>
	Procedimientos	Precios y ofertas de los competidores	<p>¿En el sector que se encuentra el taller existe otros talleres que realicen el mismo producto?</p>	
	Estrategias	<p>Estrategia de precios y de marketing</p> <p>Estrategias de precios y valor</p>	<p>¿El taller ha definido una estrategia de fijación de precio tomando cuenta la imagen del producto?</p> <p>¿Realizan promociones del producto estrella?</p>	

Tabla N° 3.-Fijación de precio
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

3.6. Técnicas e Instrumentos

Metodológicamente para Bernal C. (2006, pág. 192) “En la actualidad, en investigación científica hay variedad de técnicas o instrumentos para la recolección de información del trabajo de campo de una determinada investigación”.

3.6.1. Plan de Recolección de Información

Según Cid A. Méndez R. y Sandoval F. (2007)“Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas de obtener información. La recolección de la información a través de diferentes técnicas, es uno de los procesos vitales de una investigación porque permitirá conocer las respuestas a las interrogantes planteadas en el problema de estudio”

Preguntas Básicas	Explicación
¿Para qué?	Analizar la determinación de costos de producción y la fijación de precios de venta del Taller de Calzado Maite de la ciudad de Ambato.
¿De qué personas u objetos?	Taller de calzado Maite
¿Sobre qué aspectos?	Variable Independiente: determinación de costos de producción . Variable Dependiente: fijación de precio de venta.
¿Quién o quiénes?	Investigadora Lourdes Azogue
¿A quiénes?	Propietario del Taller
¿Cuándo?	Año 2015
¿Dónde?	Parroquia Montalvo, caserío Luz de América, Ambato, Tungurahua, Ecuador.
¿Cuántas veces?	Una sola vez
¿Cómo?	Técnica de la encuesta y observación.
¿Con que?	Transaccional una sola vez

Objetivo	Parámetro
Determinar el nivel de control en la determinación de los elementos del costo de producción.	Pregunta 7 de la encuesta
Establecer los procedimientos de fijación del precio de venta con el propósito de realizar una verificación en cuanto a su utilidad bruta establecida.	Pregunta 9 de la encuesta
Proponer un sistema de costos por órdenes de producción para contribuir con el mejoramiento del control de costos y la fijación del precio de venta.	Pregunta 4 de la encuesta

3.6.2. Plan de Procedimientos de la Información

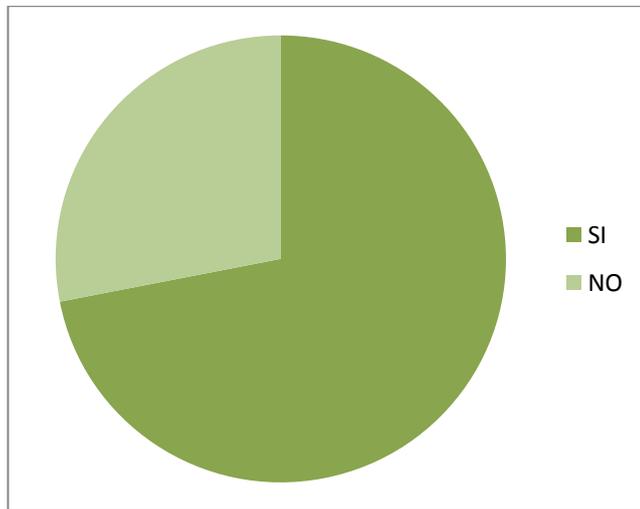
Toda la información se recolectara en forma clasificada, ordenada y tabulada antes de ser procesada y registrada en el trabajo de investigación con los siguientes pasos:

- Recolección de información.
- Depuración de la información, es decir la limpieza de la información más óptima.
- Tabulación de la información recolectada.
- Elaboración de cuadros estadísticos, para la presentación de resultados.
- Análisis e interpretación de resultados.
- Interpretación de resultados.
- Comprobación de hipótesis.
- Establecimiento de conclusiones y recomendaciones.

Representación Gráfico

Al momento de analizar la información necesitamos cuadros estadísticos para interpretar los resultados y tabular la información tanto de la encuesta como de la entrevista, luego se determinan los recursos para que al final se obtengan los resultados sobre el control de costos.

Luego de obtener los resultados se los grafica para presentarlos en esta figura que se llama diagrama de pastel, la misma que nos ayudara en un futuro para dar a conocer los resultados obtenidos de la investigación.



Fuente: Talleres de Calzado Maite.

Elaborado: Azogue. L (2015)

3.6.3. Comprobación de Hipótesis

El grafico antes presentado ayuda a identificar con claridad cuál de las opciones tiene mayor impacto en el taller, es decir alternativas planteadas a los encuestados cuál de ellas es la más significativa, en el trabajo de investigación será el Test students, por ser una población < 30 la cual me permite medir aspectos cualitativos y cuantitativos de las respuestas que se obtengan en la aplicación de la encuesta aplicados al personal que desempeña en el taller de calzado Maite.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de Resultados

A continuación se presenta los resultados obtenidos de la investigación de campo relacionada con la determinación de costos de producción y la fijación de precio de venta conforme a las encuestas realizada a las personas directamente involucradas, quienes conforman la muestra objeto de estudio.

El trabajo de campo realizado tuvo por objeto demostrar la hipótesis planteada, a través de la aplicación de encuestas, logrando recolectar una gran variedad de opiniones diversas tanto por parte de la propietaria y los trabajadores que desempeñan su labor en el taller, los cuales de alguna manera se encuentran interferidos en las actividades directas de la transformación que sufre la materia prima para obtener un nuevo producto.

Pregunta 1: ¿Existe registros de materia prima que permite conocer la cantidad exacta requerida para la elaboración del producto?

Tabla N° 4. 1.- Registro de materia prima

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	4	67%	67%
No	2	33%	100%
TOTAL	6	100%	

Fuente: Encuesta realizada al personal del taller.

Elaborado por: Azogue, I. (2015)

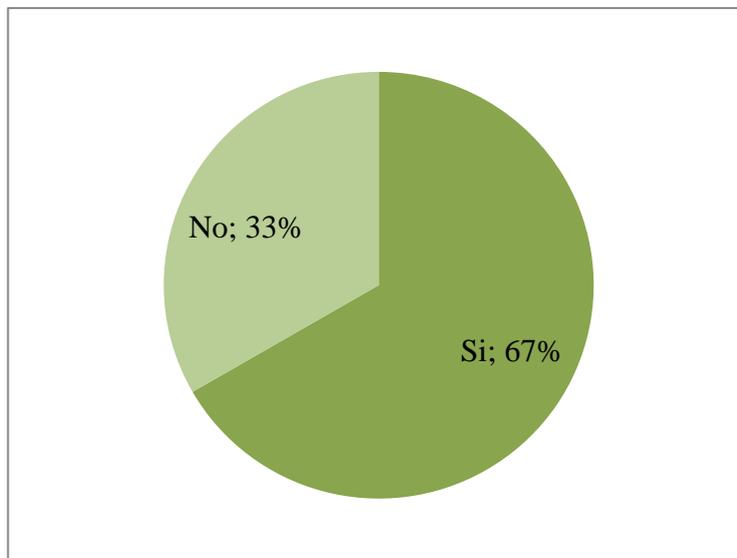


Gráfico N° 4. 1.- Registro de materia prima

Fuente: Tabla 4.1

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Análisis

De las 6 personas encuestadas, demuestra que el 67% responde que el registro de materia prima si les permite conocer la cantidad exacta requerida para la elaboración del l producto, mientras que el 33% responde que no.

Interpretación

En consideración a lo anteriormente indica que los resultados obtenidos se observa que el taller de calzado Maite si hay registro de materia prima pero no está de acuerdo todos los encuestados ya que no hay un personal responsable en este procedimiento esto hace que las actividades se realicen independientemente.

Pregunta 2: ¿La empresa lleva un control de registro de entrada y salida del personal de fábrica?

Tabla N° 4. 2.-Registro de entrada y salida de trabajadores

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	6	100%	100%
No	0	0%	100%
TOTAL	6	100%	

Fuente: Encuesta realizada al área producción.

Elaborado por: Azogue, I. (2015)

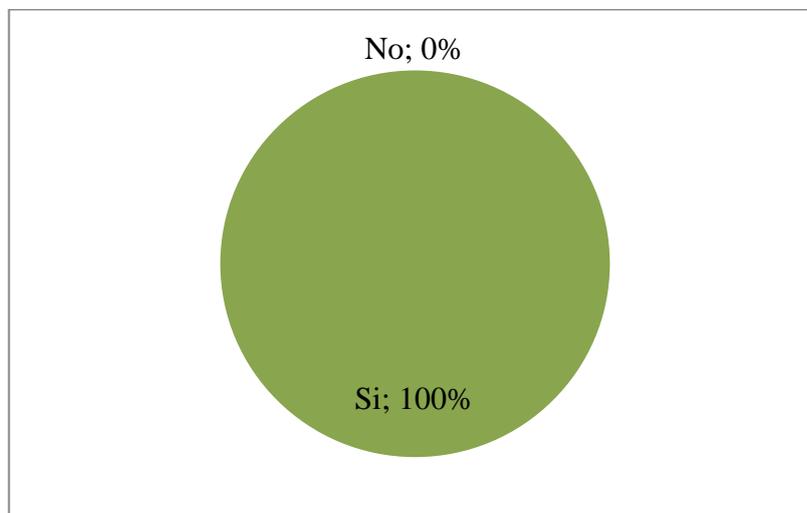


Gráfico N° 4. 2.-Registro de entrada y salida de trabajadores

Fuente: Tabla 4.2

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Análisis

Del total de los encuestados el 100% demuestra que los trabajadores del taller si se registran al momento de ingresar y salir del lugar de trabajo.

Interpretación

En base a los resultados obtenidos se observa que el personal del taller que labora en el taller es necesario implementar un registro de asistencia para verificar y calificar a mano de obra en el cual se puede evitar los problemas al momento de cancelar a los empleados.

Pregunta 3: ¿Existe una adecuada asignación de los CIF's para la determinación del costo del producto?

Tabla N° 4. 3.- Costos indirectos de fabricación

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	3	50%	50%
No	3	50%	100%
TOTAL	6	100%	

Fuente: Encuesta realizada al área producción.

Elaborado por: Azogue, I. (2015)

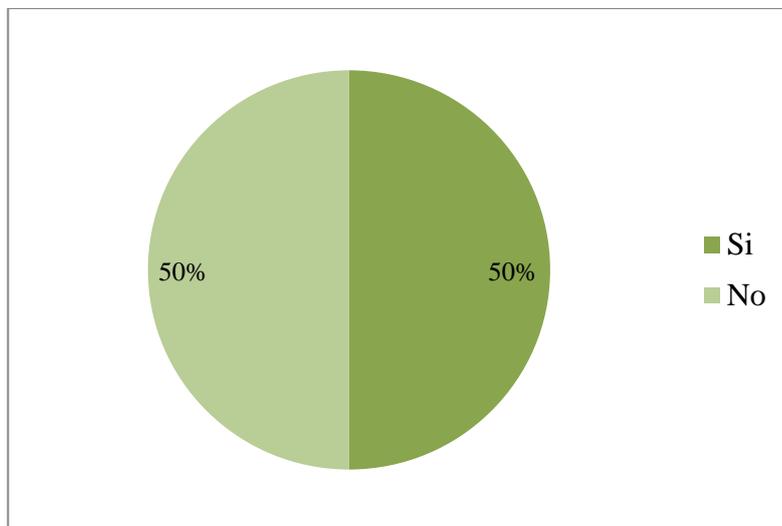


Gráfico N° 4. 3.-Costos Indirectos de Fabricación

Fuente: Tabla 4.3

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Análisis

El 50% demuestra que si existe una adecuada asignación de los CIF's para la determinación de costos del producto, mientras que el 50% dicen lo contrario.

Interpretación

En base a los resultados mostrados anteriormente se puede observar que los costos indirectos de fabricación no son asignados debidamente. Mediante un dialogo con la propietaria supo manifestar que los costos indirectos de fabricación si son asignados pero se debería capacitar a una persona para de esta manera prevenir dificultades que está atravesando el taller.

Pregunta 4: ¿La empresa realiza su producción en base a lotes o pedidos?

Tabla N° 4. 4.-Producción en base a lotes o pedidos

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	5	83%	83%
No	1	17%	100%
TOTAL	6	100%	

Fuente: Encuesta realizada al personal del taller.

Elaborado por: Azogue, I. (2015)

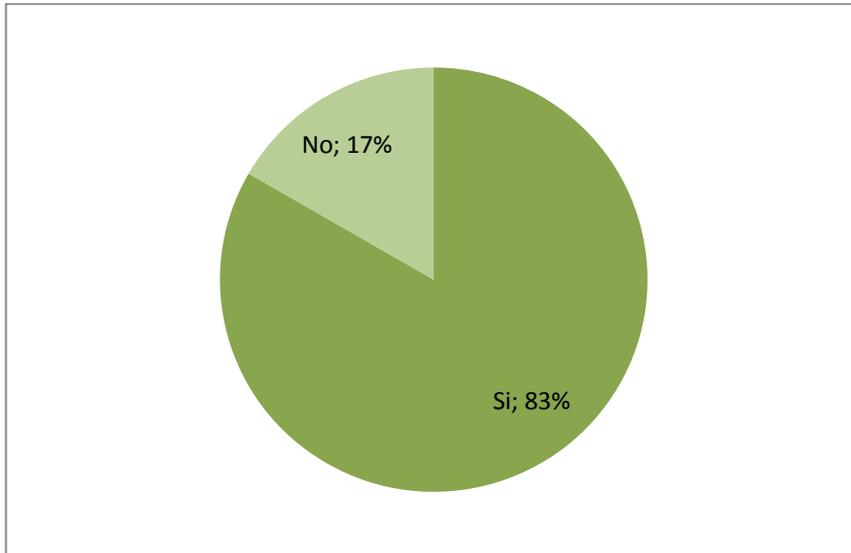


Gráfico N° 4. 4.-Producción en base a lotes o pedidos

Fuente: Tabla 4.4

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Análisis

Del 100% de los encuestados el 83% opinan que el taller realiza o produce su producción en base a lotes o pedidos, mientras que el 17% de los encuestados piensan que no.

Interpretación

En el taller de calzado Maite de la ciudad de Ambato se realiza o produce su producción en base a lotes o pedidos de los clientes, ya que la mayoría de ellos tienen el conocimiento necesario, esto ayuda a que el taller no obtenga problemas y prevenir los riesgos.

Pregunta 5: ¿Los procesos que realiza el taller son en forma continua?

Tabla N° 4. 5.- Procedimientos

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	6	100%	100%
No	0	0%	100%
TOTAL	6	100%	

Fuente: Encuesta realizada al personal del taller.

Elaborado por: Azogue, I. (2015)

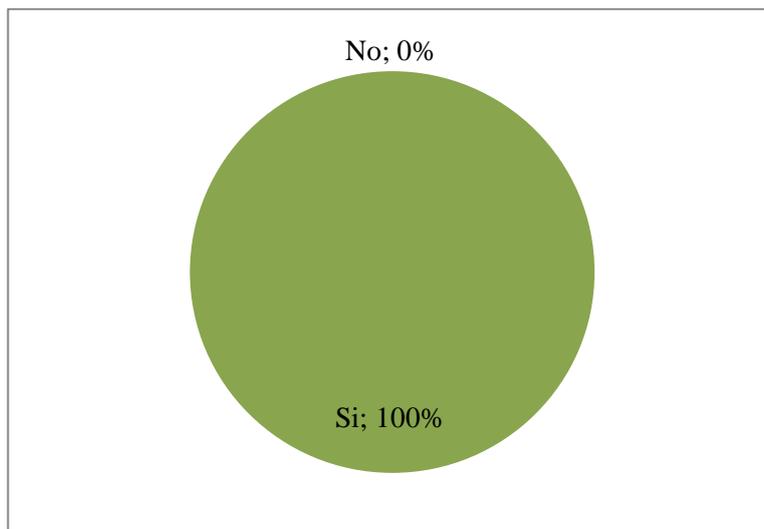


Gráfico N° 4. 5.-Procedimientos

Fuente: Tabla 4.5

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Análisis

El 100% de los encuestados indica que los procesos que realiza el taller son de forma continua.

Interpretación

De acuerdo a los resultados anteriores se muestra que el taller de calzado Maite se realiza sus procedimientos en la producción en forma continua en el cual se puede verificar que su tiene un grado de cumplimiento con los objetivos planteados por lo que es muy importante para la misma.

Pregunta 6: ¿Existe un control de las actividades inmersas en el proceso productivo?

Tabla N° 4. 6.-Control de actividades en el proceso productivo

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	4	67%	67%
No	2	33%	100%
TOTAL	6	100%	

Fuente: Encuesta realizada al personal del taller

Elaborado por: Azogue, I. (2015)

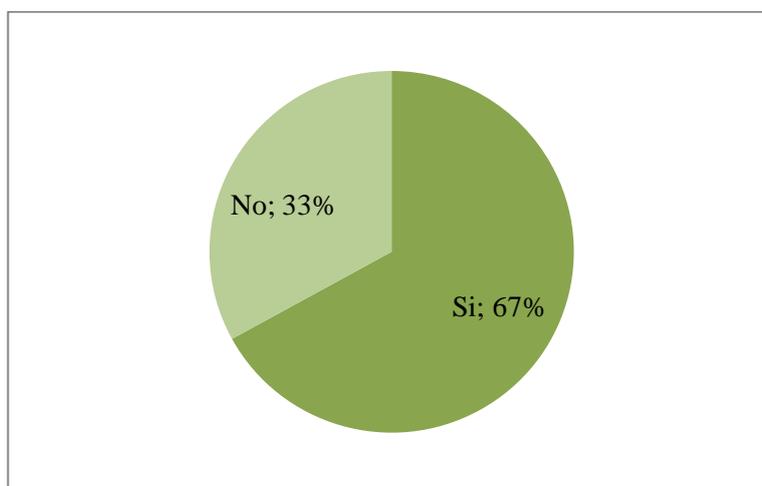


Gráfico N° 4. 6.- Control de actividades en el proceso productivo

Fuente: Tabla 4.6

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Análisis

El 67% de los encuestados confirman que si existe algún control de las actividades inmersas en el proceso productivo en cambio el 33% indican lo contrario.

Interpretación

Mediante el análisis del cuadro anterior se puede observar que el taller de calzado Maite tiene controlado sus actividades en el proceso productivo que están en distintas fases, a desventaja es que no lo conocen todo el personal que labora dentro del taller, por lo que es importante que el personal conozca dichos procesos, para que no existan productos que sobre en bodega o pasen de moda.

Pregunta 7: ¿La empresa considera el control y asignación de los elementos necesarios incurridos en la producción para la determinación de costos en base a?

Tabla N° 4. 7.-Control y asignación de los elementos

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Técnica de costeo	1	17%	17%
Modelo empírico	5	83%	100%
Tasas predeterminada	0	0%	100%
Modelo determinístico	0	0%	100%
TOTAL	6	100%	

Fuente: Encuesta realizada al personal del taller

Elaborado por: Azogue, I. (2015)

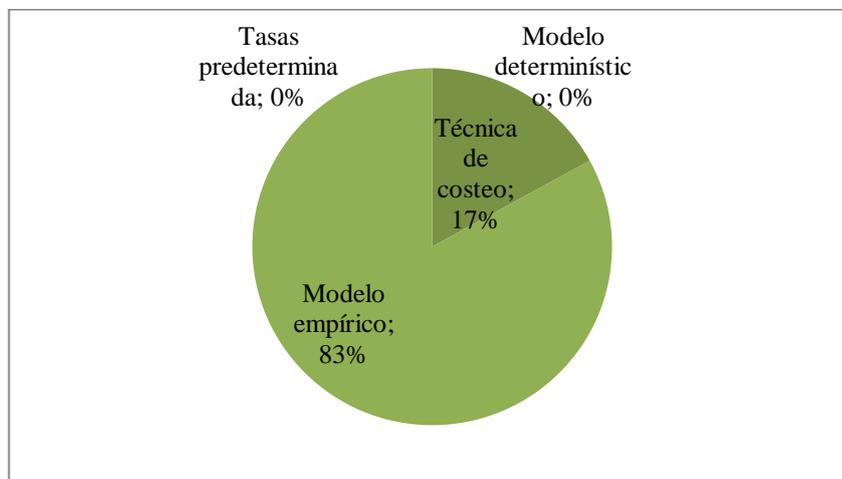


Gráfico N° 4. 7. Control y asignación de los elementos

Fuente: Tabla 4.7

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Análisis

Del 100% de los encuestados indican que la empresa considera el control de asignación de los elementos incurridos en la producción para la determinación de costos es el 17% en técnicas de costeo y el 83 % es en modelo empírico.

Interpretación

Al verificar los resultados obtenidos el personal que realiza su actividad no tiene conocimientos de cómo controlar la asignación de los elementos que incurren en el producto por lo cual el taller puede tener mucha falencias en sus resultados económicos.

Pregunta 8: ¿El precio de venta actual establecido por la empresa es competente para el cliente?

Tabla N° 4. 8.-Precio de venta actual

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	6	100%	100%
No	0	0%	100%
TOTAL	6	100%	

Fuente: Encuesta realizada al personal del taller

Elaborado por: Azogue, I. (2015)

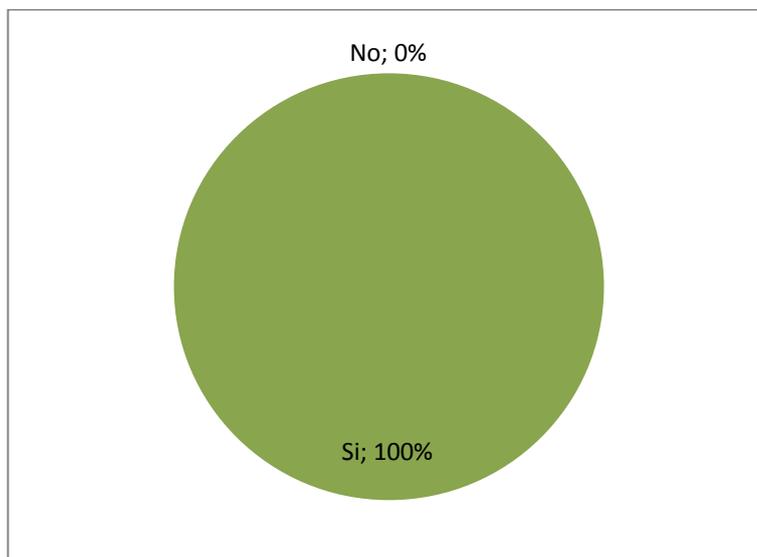


Gráfico N° 4. 8.-Precio de venta actual

Fuente: Tabla 4.8

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Análisis

El 100% de los encuestados indica que su precio de venta actual es competente para sus clientes.

Interpretación

En el taller de calzado si es competitivo el precio de venta para controlar su producción sin embargo en ese sector es el único taller que produce el calzado para evitar los riesgos que transcurra en el taller.

Pregunta 9: ¿La fijación de precio que la empresa utiliza usualmente es en base a?

Tabla N° 4. 9.-Fijación de precio

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Técnica	1	17%	17%
Modelo empírico	4	67%	83%
Competencia	0	0%	83%
Imagen del producto	1	17%	100%
TOTAL	6	100%	

Fuente: Encuesta realizada al personal del taller

Elaborado por: Azogue, I. (2015)

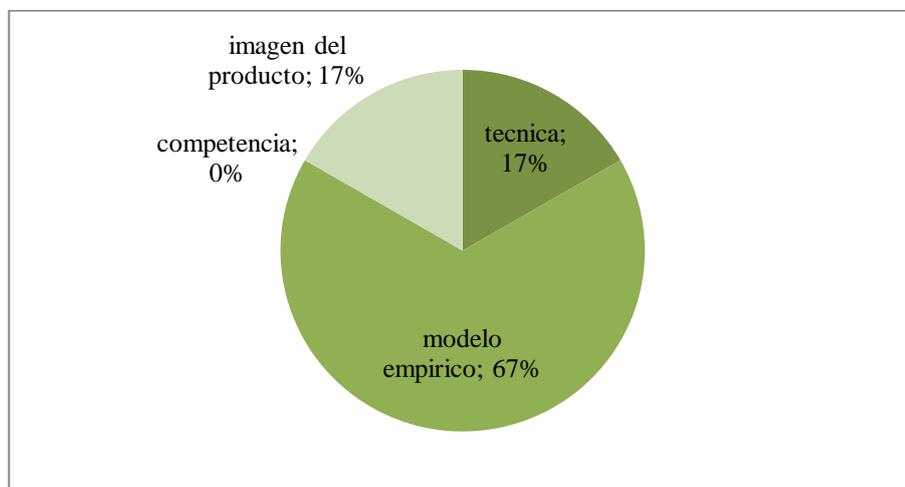


Gráfico N° 4. 9.- Fijación de precio

Fuente: Tabla 4.9

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Análisis

Del 100% de los encuestados indica que la fijación de precio que la empresa utiliza usualmente es el 17% dicen técnico y imagen del producto y el 83% de los encuestados dicen en modelo empírico.

Interpretación

Esto nos da la pauta de que en el taller fija el precio en modelo empírico es decir al azar si utilizar ninguna metodología de fijación de precio, en el cual podemos ver que el taller está enfrentando diferentes riesgos al no conocer métodos para fijar precios, es decir no sabe si obtiene ganancias o puede estar obteniendo el costo del producto.

Pregunta 10: ¿En el sector que se encuentra el taller existe otros talleres que realicen el mismo producto?

Tabla N° 4. 10.-Existe otros talleres

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	6	100%	100%
No	0	0%	100%
TOTAL	6	100%	

Fuente: Encuesta realizada al personal del taller

Elaborado por: Azogue, I. (2015)

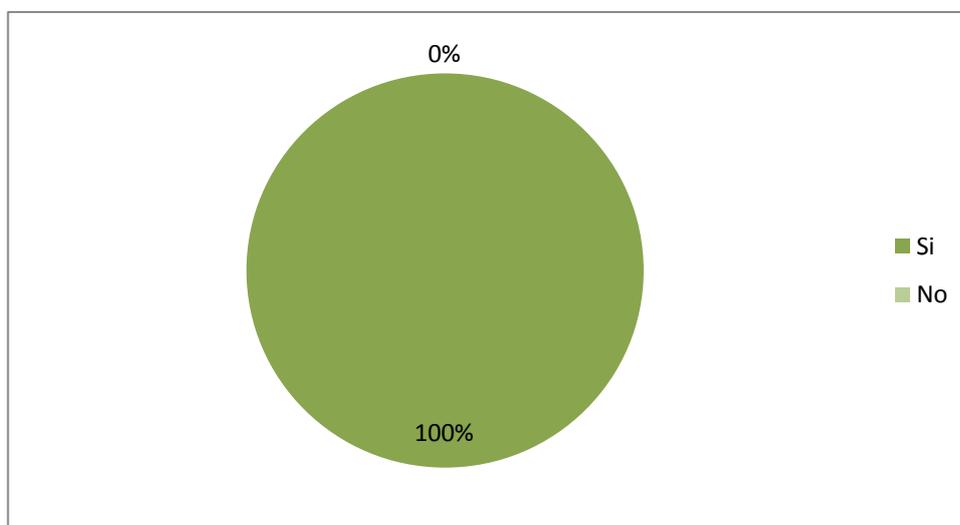


Gráfico N° 4. 10.-Existe otros talleres

Fuente: Tabla 4.10

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Análisis

El 100% de los encuestados dicen que el taller compara las ofertas con los competidores para estimar un precio frente a ellos

Interpretación

Según los resultados obtenidos podemos verificar que en el taller si realizan comparación de precios con los competidores que están en el mercado para que el taller pueda cotizar precios y sacar a la venta su producto ya que es una alternativa para que el propietario pueda fijar el precio para no tener pérdidas económicas precios, ya que contribuye a la toma de buenas decisiones.

Pregunta 11: ¿El taller ha definido una estrategia de fijación de precio tomando cuenta la imagen del producto?

Tabla N° 4. 11.-Imagen del Producto

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	6	100%	100%
No	0	0%	100%
TOTAL	6	100%	

Fuente: Encuesta realizada al personal del taller

Elaborado por: Azogue, I. (2015)

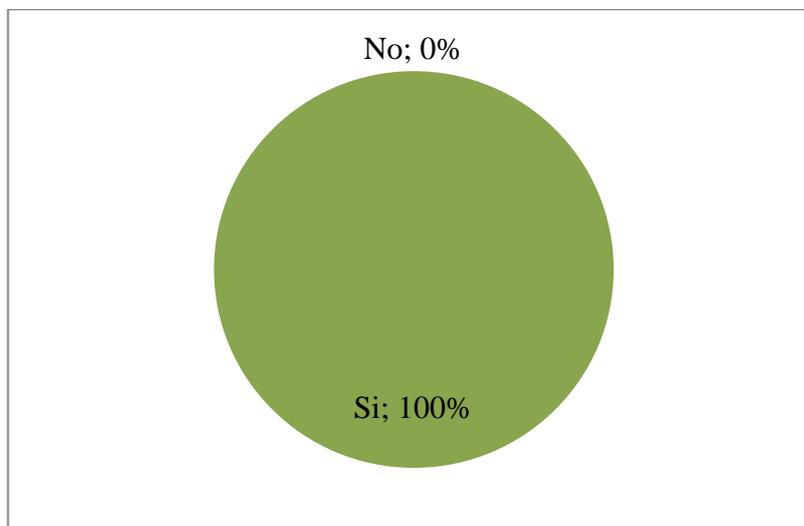


Gráfico N° 4. 11.-Imagen del producto

Fuente: Tabla 4.11

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Análisis

El 100% de los encuestados dicen que el taller ha definido una estrategia de fijación de precio tomando en cuenta la imagen del producto.

Interpretación

Esto nos da la pauta de que el taller toma en cuenta el diseño del producto ya que cuenta con una persona encargada de realizar los nuevos diseños y modelos que se lanzan al mercado y satisfacer a los clientes brindando un producto de mejor calidad ya que esto también sirve para verificar el grado de cumplimiento de los objetivos y metas planteadas por el taller.

Pregunta 12: ¿Realizan promociones del producto estrella?

Tabla N° 4. 12.- Producto estrella

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada
Si	6	100%	100%
No	0	0%	100%
TOTAL	6	100%	

Fuente: Encuesta realizada al personal del taller

Elaborado por: Azogue, I. (2015)

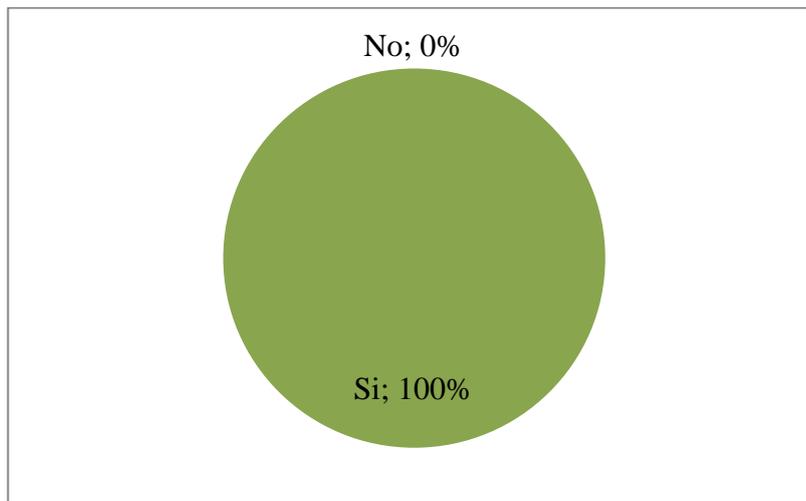


Gráfico N° 4. 12.-Producto estrella

Fuente: Tabla 4.12

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Análisis

El 100% de los encuestados dicen que el taller cuenta con un producto estrella una metodología de fijación de precio

Interpretación

Según los resultados obtenidos podemos verificar que en el taller si cuenta con un producto estrella que es el zapato de muñeca para lanzarlo al mercado ya que este es una nueva alternativa para que el taller sobre salga al mercado con el producto que está ofertando en diferentes temporadas.

4.2. Verificación de la Hipótesis

Para efectos de verificación de hipótesis, se realiza bajo la prueba de diferencia de proporciones, por consiguiente es preciso conocer la definición de proporción “Proporción es una fracción o relación numérica o porcentual que indica la parte de una población o muestra que tiene una característica de interés particular” (Bautista, 2010).

Entonces en el presente estudio se entiende como proporción a cada uno de las variables como son: la determinación de costos de producción y la fijación de precio venta del Taller de Calzado Maite en el cantón Ambato.

1.-Planteo de hipótesis

a) Modelo Lógico:

- H_0 = Hipótesis nula
- H_1 = Hipótesis alterna

H_0 (Hipótesis Nula): No hay diferencia estadística significativa entre la determinación de costos de producción y la fijación de precio venta del Taller de Calzado Maite en el cantón Ambato.

H_1 (Hipótesis Alternativa): Si hay diferencia estadística significativa la determinación de costos de producción y la fijación de precio venta del Taller de Calzado Maite en el cantón Ambato

b) Modelo Matemático

$$H_0: p_1 = p_2$$

$$H_1: p_1 \neq p_2$$

c) Modelo Estadístico

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

De donde:

$t = t$ de Student

p_1 = Probabilidad de aciertos de la V.I

p_2 = Probabilidad de aciertos de la V.D

\hat{p} = Probabilidad de éxito conjunta

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

n_1 = Número de casos de la V.I

n_2 = Número de casos de la V.D

2.- Regla de decisión

En este punto se tratará sobre el criterio que vamos a utilizar para decidir si la hipótesis nula planteada debe o no ser rechazada.

Para determinar la regla de decisión se consideró los siguientes porcentajes:

NC: 95% de nivel de confianza.

Margen de error: 5%, se eligió este porcentaje por uno de los más confiables y están más apegados a la realidad.

$$\alpha = 1 - 0,95$$

$$\alpha = 0,05$$

En este caso trabaja con grados de libertad:

$$gl = n_1 + n_2 - 2$$

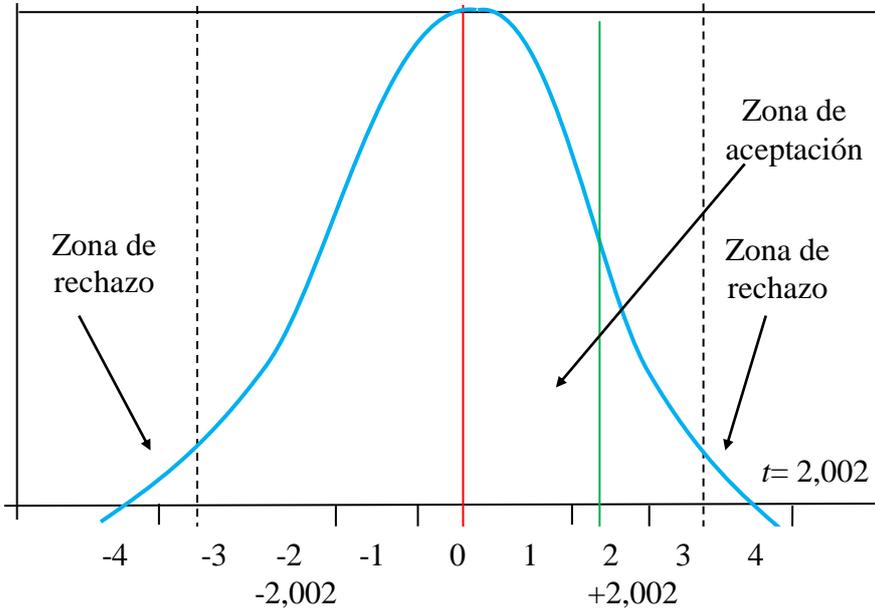
$$gl = 36 + 24 - 2$$

$$gl = 60 - 2$$

$$gl = 58$$

T al 95% y con un ∞ de 0,05; y con 58gl= 2,002

Se acepta la hipótesis nula si, t calculada (t_c) está entre $\pm 2,002$ con un ensayo bilateral.



3.- Cálculo de t de Student

V.I	SI	28
	NO	8
	TOTAL	36
V.D	SI	24
	NO	0
	TOTAL	24

Tabla N° 4. 13.- Cálculo de la t de Student
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

$$p_1 = 28/36 = 0.7778$$

$$p_2 = 24/24 = 1$$

$$\hat{p} = \frac{28 + 24}{60} = 0,8667$$

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

$$\hat{q} = 1 - 0,8667 = 0,1333$$

$$t = \frac{0,7778 - 0,1}{\sqrt{(0,8667 * 0,1333) \left(\frac{1}{36} + \frac{1}{24}\right)}} = -2,48$$

4.- Conclusión

Como el valor de t calculada es de -2.48, que es un valor que esta fuera de $\pm 2,002$, se RECHAZA la hipótesis nula (H0) y se ACEPTA la alterna, (H1) es decir, si hay diferencia estadística significativa entre la determinación de costos y la fijación de precio en el taller de calzado Maite de la ciudad de Ambato.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Las conclusiones de acuerdo al análisis del estudio realizado al personal del taller de calzado Maite tenemos:

- En base al primer objetivo “Determinar el nivel de control en la determinación de los elementos del costo de producción” se concluye que a través del estudio realizado en la determinación de costos se pudo identificar que la empresa no aplica ningún método de costeo que le ayude como herramienta para obtener un costo adecuado del producto, detectando falencias en la asignación de los elementos del costo, a pesar de que la empresa si realiza control a los procesos y actividades en la producción pero sólo de manera general, pese a que trabajan por pedidos de clientes no llevan un control de tipo específico de la determinación de costos ni al inicio ni a final del proceso productivo.
- De acuerdo al segundo objetivo “Establecer los procedimientos de fijación del precio de venta con el propósito de realizar una verificación en cuanto a su utilidad bruta establecida” se concluye que con base a la revisión efectuada, el taller no ha establecido una metodología o técnica recomendada que le permita fijar adecuadamente el precio de venta debido a que lo hacen de manera empírica o por su experiencia en el mercado, y no le ha dado mayor importancia a esta fijación que puede ser un factor relevante que influye para el crecimiento de la misma en términos de rentabilidad.
- La empresa al no llevar un control adecuado de la asignación de los elementos del costo que intervienen en la determinación del costo del producto, se ha visto limitado en establecer un precio de venta que vaya de acuerdo a la imagen del producto y la utilidad real que estaría obteniendo producto de sus ventas, al saber que no le influye mayormente la competencia, si tienen un precio accesible al cliente, pero realizando un mejor análisis podría ser más rentable y competitivo en su sector.

5.2 RECOMENDACIONES

- Designar una persona responsable para la revisión y control de los costos que se asignan a la producción en el taller haciendo uso de una técnica de costeo adecuada a las necesidades de la empresa, así como llevar un control más eficiente de los pedidos que ingresan y obtener como resultado un costo base para la marginación de una utilidad.
- Establecer una metodología adaptada a su realidad, que permita realizar un estudio más técnico y pertinente para el establecimiento de un precio competitivo sin que le ocasione disminuir sus ventas.
- Adaptar de un sistema de costos por órdenes de producción, en vista de que es la actividad imperante a la que se dedica para producir, esto permitirá mejorar la gestión en el taller de calzado, sin descuidar la imagen y contribuirá a tener un costo del producto más ajustado a su realidad, y tomar como base para mejorar su porcentaje de utilidad en la fijación de sus precios de venta.

CAPITULO VI

PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS

6.1.1 Título

Sistema de costos por órdenes de producción.

6.1.2 Institución Ejecutora

Taller de Calzado Maite

6.1.3 Beneficiario

Taller de Calzado Maite

6.1.4 Ubicación

Parroquia Montalvo, caserío Luz de América.

6.1.5 Tiempo estimado para la ejecución.

Septiembre 2014 - Abril 2015

6.1.6 Equipo Técnico Responsable

Investigadora: Lourdes Azogue

Tutor: Dra. Patricia Jiménez

Propietaria: Patricia Arcos

6.1.7 Costo

Para la ejecución del presente trabajo se necesitara un costo total para la implementación de un costeo por órdenes de producción en el taller de Calzado Maite tiene una estimación de 1400,00 (dos mil ciento ochenta y ocho con 00/100).

6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

El Taller de calzado Maite se ve en la necesidad de implantar un sistema de costos que permita disponer de una información oportuna de los costos de producción, en el taller de calzado Maite no se ha realizado ninguna investigación en el área de producción.

Al realizar esta presente investigación habrá diferentes cambios tanto en el avance tecnológico, apertura de nuevos mercados en el país, ya que con esta propuesta se lograra fijar el precio basándose en sus costos y establecer adecuadamente los productos que más sobresalen en el taller.

A través de la investigación se pudo determinar que no existe un adecuado manejo de los tres elementos del costo, el departamento contable valora empíricamente el costo del producto desconociendo el valor correspondiente a la materia prima, la intervención de mano de obra directa e indirecta y los costos indirectos de fabricación, dando paso así a resultados económicos no tan confiables referente al costo de producción.

Por lo mencionado anteriormente es importante y urgente el diseño e implementación del sistema de costeo por órdenes de producción ya que permitirá no solo determinar un costo anticipado de la producción, sino el costo que realmente debe mantenerse durante el proceso productivo y con ello analizar la fijación de precio de venta y las desviaciones que hubiesen podido surgir en el periodo para evitarlas en el próximo.

Los antecedentes de la propuesta se basan también en las investigaciones anteriores que se describe a continuación:

En la investigación realizada por Barrera M. (2011) con su tema “SISTEMA DE COSTEO POR ÓRDENES DE PRODUCCIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD EN LA FÁBRICA DE CALZADO CASS DE LA CIUDAD DE AMBATO, DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2011”

“El sistema de costos por Procesos Productivo y su incidencia en la rentabilidad de las curtiembres de la ciudad de Salcedo”, indica que “El planteamiento de un Sistema de Costos por órdenes de producción y su implantación de estándares en la empresa ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A. permitirá medir eficientemente los recursos y determinar oportunamente el nivel de rentabilidad, contribuyendo a convertir a la empresa en un ente competitivo”.

Lo expuesto anteriormente podemos concluir que el sistema por órdenes de producción ayudara a las empresas a la determinación de los costos reales, por ende también su precio de venta al público.

En la investigación realizada por Martínez F. (2010, pág. 80) con su tema “LA APLICACIÓN DE UN MODELO DE COSTEO Y SU INCIDENCIA EN LA VALORACIÓN DE LOS INVENTARIOS EN LA EMPRESA DE CALZADO LADY ROSE EN EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2010”

“Un sistema de costos es un instrumento de control para mejorar la producción y muy importante para todo tipo de empresas, es indispensable que tomen en cuenta que los costos deben brindar información contable real que permita a los directivos tomar decisiones adecuadas y oportuna con el objetivo de mejorar la rentabilidad reducir los costos obtener una información ágil, relevante y una ventaja competitiva, para este procedimiento es necesario seguir un diseño de costos por órdenes de producción el mismo que ofrecerá mecanismos para asignar los costos reales a cada uno de sus productos mejorar la administración de los recursos lo que sin lugar a dudas traerá beneficios para la institución como para sus cliente”.

6.3 JUSTIFICACIÓN

En el Taller de calzado Maite de la ciudad de Ambato no existe un adecuado control de los costos de producción para la fijar el precio de venta, lo que ocasiona que se generen posibles riesgos y desperdicio de materiales de producción.

En el taller de calzado Maite siempre ha sido una preocupación al no poder determinar los costos de producción y no conocer con exactitud la fijación de precio de venta, es por ello que se va diseñar un sistema de costos por órdenes de producción que nos permita analizar e interpretar en detalle los costos de materiales, mano de obra y costos indirectos de fabricación para producir los productos que se laboran en este taller, asimismo para mejorar las actividades y operaciones del proceso productivo.

Al implementar este sistema es de mucha importancia ya que permitirá a la propietarias será de gran utilidad ya que facilitara información relevante para la fijación de precio de venta de igual manera se podrá contar con información real de los costos, que permitirá tomar medidas a tiempo para la reducción de los mismos en caso de ser necesarios, conociendo a exactitud los aspectos que le están afectando a su resultado económico.

6.4. OBJETIVOS

6.4.1 Objetivo General

Diseñar un sistema de costos por órdenes de producción, para contribuir con el mejoramiento del control de costos y la fijación del precio de venta del taller de calzado Maite.

6.4.2 Objetivos Específicos

- Identificar los procesos productivos de taller, clasificando los tres elementos de costo para una adecuada determinación de los mismos.

- Diseñar documentos para el registro contable de la entidad.
- Establecer el plan de cuentas para que la empresa tenga un control contable.
- Predeterminar bases de asignación el taller con la finalidad de obtener costos reales de los productos.
- Determinar los costos reales de producción para la fijación de precio de venta.
- Establecer el método de fijación del precio de venta para que el taller tome mejor sus decisiones.

6.5. Análisis de Factibilidad

Es factible diseñar un sistema de costos por órdenes de producción en el taller de acuerdo a los factores fundamentales que se detallan a continuación:

6.5.1. Factibilidad Ambiental

El presente estudio investigativo puede ser de gran ayuda para la propietaria de taller, donde puedan tomar decisiones oportunas en cuanto es la reducción y optimización de productos químicos, que prevengan enfermedades y contaminaciones a todo el taller, de tal manera que el persona que presta sus servicios este siempre en buenas condiciones para trabajar y siempre se cuente con la presencia de los mismos.

6.5.2 Factibilidad Económica

El taller de calzado Maite al diseñar un sistema de costos por órdenes de producción, el cual ayudara a buscar estrategias para disminuir sus costos, desarrollar en grandes cantidades su producción, obteniendo resultados económicos que ayuden a invertir en el capital de trabajo, y la meta es conocer el costo de cada producto que aporta a la fijación de precio de taller, el mejorar un producto es cuando se utiliza menores cantidades de insumos genera la misma producción, el ofrecer un producto de calidad es que se vea reflejada en las necesidades de cliente. Cabe recalcar que el taller de calzado cuenta con los

recursos financieros para el cumplimiento de la propuesta.

6.5.3 Factibilidad Organizacional

En el taller de calzado Maite de la ciudad de Ambato al tener claro la determinación de costos de producción, ayudara a controlar y a la toma de decisiones correctas, además esto conlleva a mejorar la producción y a una fijación de precio de venta, es por eso la importancia de un sistema de costos por órdenes de producción en el taller de calzado.

6.6. Fundamentación

6.6.1. Sistema de órdenes de producción

El sistema de costeo por órdenes de producción, se establece cuando tiene un producto de rápida identificación con carácter interrumpido, lotificado, diversificado, que responda a las órdenes de producción ya que este sistema de identifica más con os pedidos de los clientes .

Los costos se acumulan, los tres elementos por separado (materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación) en las hojas de costos y por cada orden de producción, hasta la terminación del producto, para así determinar el costo total y unitario.

6.6.2. Objetivos del Sistema por órdenes de producción

Este sistema de costos por órdenes de producción tiene los siguientes objetivos:

- Calcular el costo de producción de cada artículo que se elabora, mediante el registro adecuado de los tres elementos en las hojas de costos por trabajo.
- Mantener en forma adecuada el conocimiento lógico del proceso de producción de cada artículo.
- Mantener un control de la producción.

6.6.3. Características

Este sistema tiene las siguientes características:

- Competente para este taller porque su producción se realiza por órdenes de fabricación o por órdenes de pedido de clientes.
- Es utilizado por las empresas cuya producción se destina a formar stock.
- Se caracteriza también porque por cada orden de producción se elabora una hoja de costos de producción.
- La producción es variada y ratificada.
- La producción es manejable.

6.6.4. Elementos del costo

Los elementos de costo son los que se utiliza para producir bienes o servicios estos se clasifican en directos e indirectos con el fin de facilitar la fijación de precios de venta.

6.6.4.1 Materia Prima

Según términos de Vásconez J. (2003, pág. 101) Es el primer elemento de costo son los elementos básicos que mediante el proceso de fabricación, se convierten en artículos elaborados.

6.6.4.1.1. Materiales Directos

En palabras de Vásconez J. (2003, pág. 101) Son aquellos elementos que constituyen la composición central del artículo elaborado y pueden identificarse que entran directamente con la producción de un artículo terminado; además, pueden medirse en función de cada una de las unidades producidas.

6.6.4.1.2. Nota de pedido

Según Lago C. (s/f) Es un documento que el comprador entrega al vendedor para solicitar cierta mercadería, se detalla la cantidad, el producto y el precio, se trata de una autorización que el comprador concede a que le presente este formato por la compra de mercancía.

NOTA DE PEDIDO N°			
CLIENTE: DIRECCIÓN:		FECHA:	
CANTIDAD	ARTICULO	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
		VALOR TOTAL	
CLIENTE:		FIRMA:	

Tabla N° 6. 1.- Nota de Pedido
Consultado por: Azogue, L. (2015)
Fuente: Lago Christian

6.6.4.1.3. Orden de Compra

En términos de Vásconez J. (2003, pág. 104) es un pedido que se realiza al proveedor que gana el concurso de precios, para que dentro de los parámetros convenidos, envíe el material en el plazo, calidad y precios convenidos.

ORDEN DE COMPRA N°				
PROVEEDOR:		DIRECCIÓN:		
FECHA DE PEDIDO:		FECHA DE ENTREGA:		
LUGAR	DE	CONDICIONES	DE	
ENTREGA:	PAGO:			
CANTIDAD	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
APROBADO POR:		FIRMA		

Tabla N° 6. 2.- Orden de compra
Consultado por: Azogue, L. (2015)
Fuente: Vásconez José

DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
X			
Inventario materia prima		xxx	
Inventario de Materiales Indirectos		xxx	
IVA que se carga al costo o gasto		xxx	
Proveedores			Xxx
P/R las compras			

Tabla N° 6. 3. Registro Contable
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

6.6.4.1.4. Orden de requisición

En palabras de Vásconez J. (2003, pág. 104), es una solicitud escrita emitida por el jefe de uno de los departamentos de la fabrica, para realizar el trabajo ordenado por el jefe de planta, la requisicion de materiales recibe bodega, si hay en existencia los materiales requeridos, realiza el despacho correspondiente

ORDEN DE REQUISICIÓN DE MATERIALES N°				
ORDEN DE PRODUCCIÓN N°:				
DEPARTAMENTO:				
FECHA:				
ARTÍCULO	CÓDIGO	CANTIDAD	PRECIO	VALOR
			VALOR TOTAL	
REQUERIDO POR:		FIRMA:		
APROBADO POR:		FIRMA:		
ENTREGADO POR:		FIRMA:		

Tabla N° 6. 4.-Orden de requisición
Consultado por: Azogue, L. (2015)
Fuente: Vásconez José

DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
X			
Materia Prima		xxx	
Inventario MP			xxx
P/R las requisiciones			

Tabla N° 6. 5.- Registro Contable:
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

6.6.4.1.5. Tarjeta KARDEX

En términos de Cueva F. (2004, pág. 78) en este documento se detalla las entradas y salidas de cada artículo de la materia prima de manera organizada que se tiene en una bodega para la elaboración del calzado, para así tener un adecuado control de los materiales a utilizar.

TARJETA DE KARDEX										
Artículo:		Unidad de medida:								
Mes:		Método:								
Concepto	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTNCIAS			
	Cantidad	Precio	Valor	Cantidad	Precio	Valor	Cantidad	Precio	Valor	

Tabla N° 6. 6.- Tarjeta Kardex
Consultado por: Azogue, L. (2015)
Fuente: Cueva Francisco

6.6.4.1.7. Materiales Indirectos

En palabras de Vásconez J. (2003, pág. 101) Son aquellos materiales o suministros involucrados en la producción de un artículo, estos materiales indirectos no se pueden medir en función unitaria, o sea en función de cada una de las unidades elaboradas, sino más bien en función del total de la producción.

DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
X			
Materia Prima		xxx	
Inventario de materiales Indirectos			xxx
P/R método de evaluación			

Tabla N° 6. 7.-Registro Contable
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

6.6.4.2. Mano de obra

Para Charles, Srikant, & George (2007, pág. 186) dice que: “Esta se refiere a la cantidad de bienes o servicios producidos por cada trabajador en un periodo generalmente una hora. Se lo puede determinar con mucha facilidad ya que se toma en cuenta la producción obtenida”.

6.6.4.2.1 Mano de obra directa (MOD)

En términos de Bravo M. y Ubidia C. (2009, pág. 63) es el segundo elemento del costo de fabricación. Es el esfuerzo físico o mental que realizan los trabajadores que intervienen directamente en la fabricación del producto. Se identifica plenamente con el producto y es fácilmente medible y cuantificable.

DETALLE	DEBE	HABER
X		
Mano de obra directa	xxx	
Caja		xxx
IESS POR PAGAR		xxx
Aporte personal 9,45%	xxx	
Aporte Patronal 12,15%		xxx
PROVISIONES SOCIALES		xxx
Vacaciones	xxx	
XIII sueldo	xxx	
XIV sueldo	xxx	
P/R Pago de sueldos a los obreros y los beneficios y provisiones de ley		

Tabla N° 6. 8.-Registro Contable
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

6.6.4.2.2. Mano de obra indirecta (MOI)

Para Bravo M. y Ubidia C. (2009, pág. 63) Es el esfuerzo físico o mental que realizan los trabajadores que no intervienen directamente en la fabricación del producto, pero sirven de apoyo indispensable en el proceso productivo. También se considera como mano de obra indirecta el costo del trabajo indirecto realizado por los trabajadores de planta (mantenimiento, reparación de maquinaria).

DETALLE		DEBE	HABER
X			
CIF REALES		xxx	
Mano de obra indirecta	xxx		
Caja			xxx
IESS POR PAGAR			xxx
Aporte personal 9,45%	xxx		
Aporte Patronal 12,15%			xxx
PROVISIONES SOCIALES			xxx
Vacaciones	xxx		
XIII sueldo	xxx		
XIV sueldo	xxx		
P/R Pago de sueldos a los obreros y los beneficios y provisiones de ley			

Tabla N° 6. 9.-Registro Contable
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

6.6.4.2.3. Rol de pagos y cuadro de provisiones

En palabras de Bravo M. y Ubidia C. (2009, pág. 65) En este formato interno de la empresa, en el que se registran los valores que constituyen los ingresos y deducciones para cada trabajador que está involucrado en dicha entidad, es decir es el resumen de los ingresos; salarios básicos, horas suplementarias y otros beneficios; menos las deducciones correspondientes, tales como: aporte personal o individual al I.E.S.S., impuesto a la renta y otras obligaciones adquiridas por el trabajador.

El rol de pagos se puede elaborar en forma semanal, quincenal o mensual, de acuerdo a las necesidades de cada empresa.

ROL DE PAGOS										
TALLER DE CALZADO MAITE										
CARGO	NOMBRE	SUELDO NOMINAL	DIAS TRABAJADOS	HORAS EXTRAS (50%)	SUELDO REAL	COMISIONES	TOTAL INGRESOS	9,45% APORT. PERSONAL	TOTAL DEDUCCIONES	LIQUIDO A RECIBIR
				Nº. HR						
ADMINISTRACION										
TOTAL										
M.O.I.										
TOTAL										
VENTAS										
TOTAL										
M.O.D.										
TOTAL										

Tabla N° 6. 10.- Rol de pagos
Consultado por: Azogue, L. (2015)
Fuente: Bravo y Ubidia

CUADRO DE PROVISIONES									
TALLER DE CALZADO MAITE									
CARGO	NOMBRE	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	XIII SUELDO	XIV SUELDO	12.15% APORT. PATRONAL	TOTAL PROVISIONES	COSTO TOTAL	COSTO HORA
ADMINISTRACION									
TOTAL									
M.O.I.									
TOTAL									
VENTAS									
TOTAL									
M.O.D.									
TOTAL									

Tabla N° 6. 11.- Cuadro de provisiones
Consultado por: Azogue, L. (2015)
Fuente: Bravo y Ubidia

DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
X			
Productos en proceso		xxx	
Materia prima			xxx
Cif reales			xxx
Mano de obra directa			xxx
P/R registro de costo de las 300 unidades producidas de la mano de obra directa e indirecta			

Tabla N° 6. 12.- Registro Contable
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

6.6.4.3. Costos indirectos de fabricación (CIF)

Según términos de Bravo M. y Ubidia C. (2009, pág. 91) Se caracteriza por cuanto el conjunto de costos no se identifica plenamente con el producto, no son fácilmente medible ni cuantificables, por lo que requieren ser de acuerdo con una base de distribución específica. Los costos indirectos de fabricación comprenden todos los costos de producción que no se pueden identificar ni como materiales directos ni como mano de obra directa, son los que interviene en el proceso de transformar la materia prima en un producto terminado.

DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
X			
Productos en proceso		xxx	
CIF aplicados			xxx
P/R aplicación del presupuesto			

Tabla N° 6. 13.-Registro Contable
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
X			
CIF Reales		xxx	
Caja			xxx
P/R costos varios			

Tabla N° 6. 14.-Registro Contable
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
X			
CIF APLICADOS		xxx	
Variación CIF		xxx	
CIF Reales			xxx
P/R Variación CIF			

Tabla N° 6. 15.-Registro Contable
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
X			
Costo de producción y ventas		xxx	
Variación CIF			xxx
P/R costo de venta			

Tabla N° 6. 16.-Registro Contable
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

6.6.4.4. Hoja de Costos

Para Bravo M. y Ubidia C. (2009, pág. 126) Es un formulario en el que se acumulan los valores de los tres elementos del costo de producción, de esta manera se determina el coto total de la orden de producción el mismo que se divide para el número de unidades producidas y se obtiene el costo unitario de cada artículo.

En este formulario se puede concluir que los costos por órdenes de producción se basan fundamentalmente en calcular los costos de los pedidos que realizan los clientes.

HOJA DE COSTOS N°							
ORDEN DE PRODUCCIÓN:				CANTIDAD:			
CLIENTE:				COLOR:			
PRODUCTO:							
FECHA INICIAL:				FECHA FINAL:			
FECHA	MATERIA PRIMA		MANO DE OBRA			CIF	
	REQUISICIÓN	COSTO	N° HORAS	COSTO HORA	COSTO M.O.D	INF. N°	CIF
	SUMAN						
				RESUMEN			
				Materia prima:			
				Mano de obra:			
				CIF:			
				TOTAL			

Tabla N° 6. 17.- Hoja de costos
Consultado por: Azogue, L. (2015)
Fuente: Bravo y Ubidia

DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
X			
Productos Terminados		xxx	
Productos en proceso			xxx
P/R traspaso a bodega			

Tabla N° 6. 18.-Registro Contable

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Una vez que los pedidos han sido terminados y entregados al cliente, se produce la venta por lo que se establece el asiento modelo de la venta y del costo de ventas.

Para el registro de las ventas de la producción terminada en orden o lote de cliente, si la venta es realizada en efectivo o cheque se utilizará la cuenta de Caja (debe), si es con depósito, será la cuenta Bancos (debe), si queda a crédito la venta se utiliza la cuenta Cliente (debe), como se muestra a continuación:

DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
X			
Bancos		xxx	
Ventas			xxx
P/R venta del producto con depósito			

Tabla N° 6. 19.-Registro Contable

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
X			
Costo de producción y ventas		xxx	
Productos Terminados			xxx
P/R la salida del inventario de producto terminado al costo			

Tabla N° 6. 20.-Registro Contable

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

6.7 Metodología

6.7.1. Modelo Gráfico

MODELOS DE COSTOS POR ÓRDENES DE PRODUCCIÓN	
FASES	ACTIVIDADES
Fase 1 Identificación del proceso productivo	Elaboración del flujograma para la identificación del proceso productivo.
Fase 2 Plan de cuentas	Modelo de un plan de cuentas.
Fase 3 Formatos Básicos	Nota de pedido
	Orden de compra
	Requisición de materiales
	Tarjeta Kardex
	Rol de pagos
	Hoja de costos
Fase 4 Ejemplo Práctico del Modelo de Costos	Etapas y tiempos
	Transacciones
	Libro diario
	Libro Mayor
	Aplicación de los formatos básicos
	Hoja de costos
	Precio de venta de cada par de zapato

Tabla N° 6. 21.- Actividades
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

FASE 1

Identificación del proceso productivo

Identificar el proceso de producción del taller de calzado Maite para realizar un seguimiento de los procesos que incurren para la producción del producto terminado, este paso es muy importante para la identificación de los procesos que se están llevando a cabo en el taller de calzado Maite, por lo cual se utilizó la técnica de la observación donde se visualizó que el proceso se lo realiza mediante designación de funciones verbales, además no existe un control ni registro de los materiales e insumos necesarios, a continuación se realizó un flujograma de los procesos actuales que se está llevando a cabo:

PROCESO DE PRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación se muestra los siguientes procesos tales como emitir una nota de pedido para solicitar mercadería, luego con una orden producción solicitar materiales para iniciar la producción, al seleccionar la materia prima se verifica la calidad y precio, para una buena selección del proveedor al emitir una orden de compra al adquirir los materiales para el almacenamiento y el cual autoriza para la salida a proceso y pasa al departamento de producción el cual pasa por las siguientes etapas cortar la tela de diferentes modelos, armado es la confección de las telas cortadas, en el siguiente proceso es emplantillar las hormas, empastar los cortes, poner pega a la plantilla y los cortes, armar los zapatos y dar pega al zapato y en la planta dar líquido y después la pega, después procedemos a calentar en el horno y pegar la planta al terminar ese proceso sacar las hormas, el cual pasamos al arreglado es donde ponen plantilla, limpiar la pega, quemar los hilos sobrantes y coger fallas poner el pasador y por fin se tiene que empaquetar el producto para que pase a bodega con la finalidad de exponer a la venta.

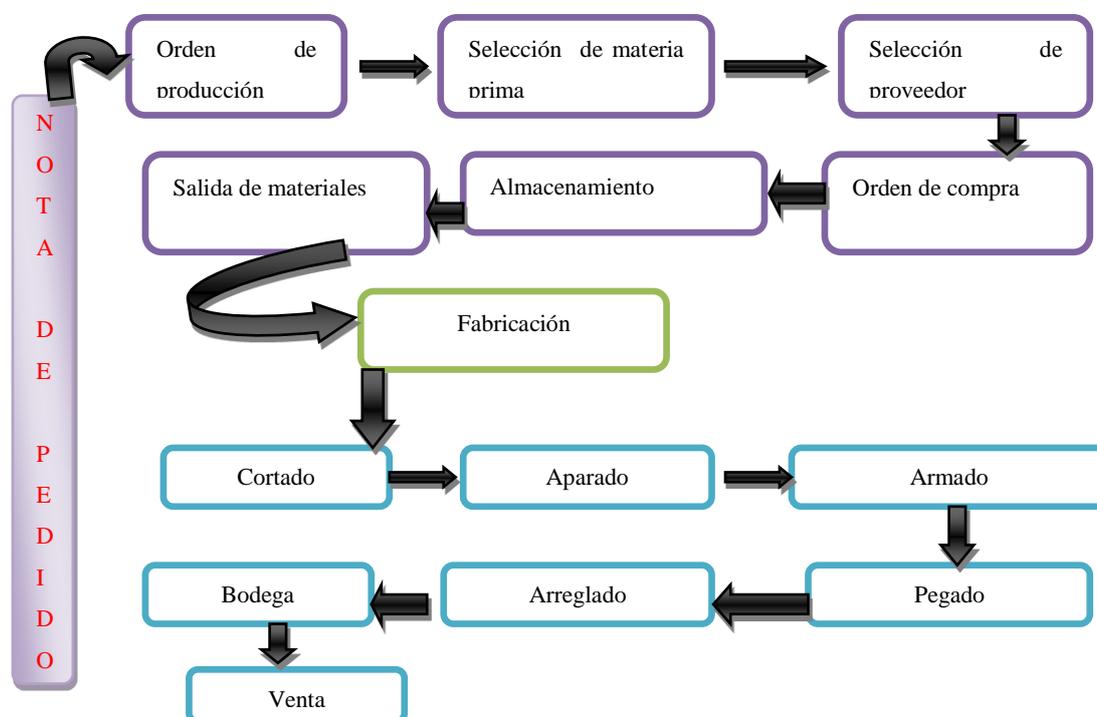


Gráfico N° 6. 1.- Proceso de producción
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

FASE 2

Plan de cuentas

Determinar las cuentas principales de un plan de cuentas que esté acorde con las necesidades del taller de calzado Maite.

Plan de cuentas

Es un listado en donde se presenta las cuentas necesarias para la aplicación del registro contable, respectivo a la empresa y sus movimientos.

El planteamiento del plan de cuentas se lo hizo con las cuentas que intervienen en la contabilidad de costos, para facilitar el reconocimiento de cada una de las cuentas, ya que el taller de calzado no lo posee le sugerimos que se adapte a este plan de cuentas establecido en la propuesta.

CÓDIGO	CUENTA
1	ACTIVO
1.1.	CORRIENTE
1.1.1.	Disponible
1.1.1.01	Caja
1.1.1.02	Bancos
1.1.2.	Exigible
1.1.2.01	Clientes
1.1.2.02	Documentos por cobrar
1.1.2.03	Cuentas por cobrar
1.1.3.	Realizable
1.1.3.01	Inventario de Materia Prima
1.1.3.02	Inventario de Productos en Proceso
1.1.3.03	Inventario de Productos Terminados
1.1.3.04	Inventario de suministros y materiales
1.1.5.	Pagos anticipados
1.1.5.01	Impuesto Valor Agregado (IVA)
1.2.	ACTIVO FIJO
1.2.1.	Depreciable
1.2.1.01	Edificios
1.2.1.02	(-) Depreciación acumulada de edificios
1.2.1.03	Muebles y enseres
1.2.1.04	(-) Depreciación acumulada de muebles y enseres
1.2.1.05	Maquinaria
1.2.1.06	(-) Depreciación acumulada de maquinaria
1.2.1.07	Vehículo
1.2.1.08	(-) Depreciación acumulada de vehículo
1.2.1.09	Equipo de oficina
1.2.1.10	(-) Depreciación acumulada de equipo de oficina
1.2.1.11	Equipo de computo
1.2.1.12	(-) Depreciación acumulada de equipo de computo
1.2.2.	No Depreciable
1.2.2.01	Terreno
2	PASIVO
2.1.	CORRIENTE
2.1.1.	Corto plazo
2.1.1.01	Proveedores
2.1.1.02	Cuentas por pagar
2.1.1.03	Documentos por pagar
2.1.1.04	IESS por pagar
2.1.1.05	Aporte personal 9.45%
2.1.1.06	Aporte patronal 12.15%
2.2.	NO CORRIENTE
2.2.1.	Largo plazo
2.2.1.01	Hipotecas por pagar
2.2.1.02	Provisiones Sociales
2.2.1.03	Vacaciones por pagar
2.2.1.04	XIII sueldo por pagar
2.2.1.05	XIV sueldo por pagar
3	PATRIMONIO
3.1.	Capital
3.1.1.	Capital

3.1.1.01	Capital
3.2.	Resultados
3.2.1.	Resultados
3.2.1.01	Utilidad bruta en ventas
3.2.1.02	Pérdida bruta en ventas
3.3.	Reservas
3.3.1.	Reservas
3.3.1.01	Reserva Legal
3.3.1.02	Reserva Facultativa
3.3.1.02	Reserva Estatutaria
4	INGRESOS
4.1.	Ingresos Operacionales
4.1.1.	Ingresos Operacionales
4.1.1.01	Ventas
4.1.1.02	Devolución en ventas
4.1.1.03	Descuento en ventas
5	COSTOS
5.1.	Costos
5.1.1.	Mano de obra
5.1.1.01	Mano de obra directa
5.1.2.	CIF reales
5.1.2.01	CIF reales
5.1.2.02	Mano de obra indirecta
5.1.3.	CIF aplicados
5.1.3.01	CIF aplicados
5.1.4.	Variación CIF
5.1.4.01	Variación CIF
5.1.5.	Costo de ventas y producción
5.1.5.01	Costo de ventas y producción
5.1.6.	Costos Generales
5.1.6.01	IVA que se carga el costo o gasto
6	GASTOS
6.1.	Gastos administrativo
6.1.1	Gastos administrativos
6.1.1.01	Arriendo
6.1.1.02	Agua
6.1.1.03	Luz
6.1.1.04	Teléfono
6.1.1.05	Publicidad
6.1.1.06	Transporte
6.2.	Gastos de Ventas
6.2.1.	Gastos de ventas
6.2.1.01	Gastos de ventas
6.3.	Gastos financieros
6.3.1.	Gastos financieros
6.3.1.01	Intereses pagados

Tabla N° 6. 22.- Plan de cuentas

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

FASE 3 Y FASE 4

Elaborar los documentos mencionados anteriormente para poder realizar el proceso contable por el sistema de costos por órdenes de producción, a continuación se muestra un:

Ejemplo Práctico del Modelo de Costos

Determinar a través del proceso el costo de cada par de zapatos, para demostrar la aplicación del método de costeo propuesto para la fijar el precio de cada par de zapatos de muñecas, en el taller de calzado Maite, se procede a ejemplificar un ejercicio práctico demostrativo.

Transacciones

- En el taller de calzado Maite quien se dedica a la fabricación y venta de calzado al por mayor y menor presenta la siguiente información al 1 de junio del 2015:

CUENTA	VALOR
Caja	\$ 9500,00
Bancos	\$ 3500,00
Clientes	\$ 1800,00
Vehículo	\$ 20000,00
Edificio	\$ 48000,00
Maquinaria y equipo	\$ 1600,00
Muebles y enseres	\$ 1450,00
Equipo de computo	\$ 800,00
Proveedores	\$ 3000,00
Cuentas por pagar	\$ 2000,00

Tabla N° 6. 23.- Transacciones
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

- El Sr. Andrés Lasluisa solicita la compra de 300 pares de zapatos para lo que se realizaba las siguientes transacciones:

NOTA DE PEDIDO N° 0045			
CLIENTE:	Andrés Lasluisa		
DIRECCIÓN:	Huachi Grande	FECHA:	01/06/2015
CANTIDAD	ARTICULO	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
300 pares	Muñeca tipo zapatilla	\$ 5,84	\$ 1.752,00
	60 pares color negro talla 34		
	60 pares color azul talla 35		
	60 pares color café talla 36		
	60 pares color rojo talla 37		
	60 pares color gris Talla 38		
	TOTAL		\$ 1.752,00
CLIENTE:		FIRMA:	

Tabla N° 6. 24.- Nota de pedido
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

- 03/06/2015 Se compra en efectivo 25 metros de tela victoria a \$6,50 cada metro en la Distribuidora Dimar S/F # 13401:
5 metros de tela victoria color negro
5 metros de tela victoria color gris
5 metros de tela victoria color café
5 metros de tela victoria color azul
5 metros de tela victoria color rojo
- 03/06/2015 Se compra cartones para plantillas a \$2,40 cada uno, en la Curtiduría Divino Niño S/F # 78984. Se paga en efectivo
- 03/06/2015 Se compra 10 cartones punteras a \$2,50 cada uno, en la Curtiduría Divino Niño S/F # 78984.se paga en efectivo.
- 03/06/2015 Se compra 8 cartones para dentro a \$2,30 cada uno, en la Curtiduría Divino Niño S/F # 78984.se paga en efectivo
- 03/06/2015 Se compra 4 pomas de pega amarilla a \$15 cada uno, en la Curtiduría Divino Niño S/F # 78984.se paga en efectivo
- 03/06/2015 Se compra 3 galones de pega blanca a \$18 cada uno, en la Curtiduría Divino Niño S/F # 78984.se paga en efectivo
- 03/06/2015 Se compra 25 metros de Cambrela ploma a \$1,00 cada metro, en la Curtiduría Divino Niño S/F # 78984. Se paga en efectivo
- 03/06/2015 Se compra 120 pares de plantas Paulis a \$1,12 cada par y 180 pares de plantas Yuranik a \$1,00 cada par, en el almacén Naomi S/F # 4789.se paga en efectivo
- 03/06/2015 Se compra 5 metros de elástico negro a \$1,00 cada metro, en la Curtiduría Divino Niño S/F # 78984.se paga en efectivo
- 03/06/2015 Se compra 1 caja de Ojalillos plateados a \$20,50 en la Curtiduría Divino Niño S/F # 78984.se paga en efectivo.
- 03/06/2015 Se compra 5 docenas de pasadores color blanco a \$1,00 cada docena, en la Curtiduría Divino Niño S/F # 78984.se paga en efectivo
- 03/06/2015 Se compra 8 metros de Plantiflex blanco a \$2,80 cada metro, en la Curtiduría Divino Niño S/F # 78984.se paga en efectivo
- 03/06/2015 Se compra 300 fundas plásticas a \$0,01 cada funda, en Plasticentro S/F # 5878.se paga en efectivo.

- 03/06/2015 Se compra 300 etiquetas a \$0,04 cada funda, en la Curtiduría Divino Niño S/F # 78984. Se paga en efectivo
- 05/06/2015 Se requisita según nota de requisición No.1: 25 metros de tela victoria, 1 poma de pega amarilla, 25 metros de Cambrela ploma.
- 05/06/2015 Se requisita según nota de requisición No.2: 1 caja de Ojalillos, 5 metros de elástico negro.
- 08/06/2015 Se requisita según nota de requisición No.3: 3 pomas de pega amarilla, 3 galones de pega blanca, 8 cartones para plantilla, 10 cartones para punteras y 8 cartones para dentro y 120 pares de plantas Paulis, 180 pares de plantas Yuranik.
- 11/06/2015 Se requisita según nota de requisición No.4: 5 docenas de pasadores blancos, 300 etiquetas y 300 fundas plásticas para el empacado.
- 18/06/2015 Se paga por transporte \$7,00
- 20 /06/2015 Se paga \$61,00 por servicios básicos de agua, luz y teléfono.
- 20/06/2016 se realiza las depreciaciones de los activos depreciable
- 30/06/2015 Se paga los respectivos sueldos a los trabajadores.
- 30/06/2015 Se entrega el pedido al Sr. Andrés Lasluisa y nos paga con un deposito en el Banco Pichincha

Libro diario

LIBRO DIARIO						
TALLER DE CALZADO MAITE						
Fecha	Código	Detalle	Ref	Parcial	Debe	Haber
01/06/2015		1				
	1.1.1.01	Caja	Apertura		\$ 9,500.00	
	1.1.1.02	Bancos	Apertura		\$ 3,500.00	
	1.1.2.01	Clientes	Apertura		\$ 1,800.00	
	1.2.1.07	Vehículo	Apertura		\$ 20,000.00	
	1.2.1.01	Edificio	Apertura		\$ 45,000.00	
	1.2.1.05	Maquinaria y equipo	Apertura		\$ 1,500.00	
	1.2.1.03	Muebles y enseres	Apertura		\$ 1,450.00	
	1.2.1.11	Equipo de computo	Apertura		\$ 800.00	
	2.1.1.01	Proveedores	Apertura			\$ 3,000.00
	2.1.1.02	Cuentas por pagar	Apertura			\$ 2,000.00
	3.1.1.01	Capital	Apertura			\$ 78,550.00
		P/R balance inicial				
03/06/2015		2				
	1.1.3.01	Inv. Materia Prima	F/C 13401		\$ 162.50	
		25 metros tela victoria	F/C 13401	\$ 162.50		
	5.1.6.01	IVA que se carga al costo o gasto	F/C 13401		\$ 19.50	
	1.1.1.01	Caja	F/C 13401			\$ 182.00
		P/R compra de tela victoria				
03/06/2015		3				
	1.1.3.01	Inv. Materia Prima	F/C 78984		\$ 19.20	
		8 cartones	F/C 78984	\$ 19.20		
	5.1.6.01	IVA que se carga al costo o gasto	F/C 78984		\$ 2.30	
	1.1.1.01	Caja	F/C 78984			\$ 21.50
		P/R compra de cartón plantillas				
03/06/2015		4				
	1.1.3.01	Inv. Materia Prima	F/C 78984		\$ 25.00	
		10 cartones	F/C 78984	\$ 25.00		
	5.1.6.01	IVA que se carga al costo o gasto	F/C 78984		\$ 3.00	
	1.1.1.01	Caja	F/C 78984			\$ 28.00
		P/R compra de cartón punteras				
		PASAN			\$ 83,781.50	\$ 83,781.50

LIBRO DIARIO

TALER DE CALZADO MAITE

Fecha	Código	Detalle	Ref.	Parcial	Debe	Haber
		VIENEN			\$ 83,781.50	\$ 83,781.50
03/06/2015		5				
	1.1.3.01	Inv.: Materia Prima	F/C 78984		\$ 18.40	
		8 cartones	F/C 78984	\$ 18.40		
	5.1.6.01	IVA que se carga al costo o gasto	F/C 78984		\$ 2.21	
	1.1.1.01	caja	F/C 78984			\$ 20.61
		P/R compra de cartón dentro				
03/06/2015		6				
	1.1.3.01	Inv., Materia Prima	F/C 78984		\$ 60.00	
		4 pomas	F/C 78984	\$ 60.00		
	5.1.6.01	IVA que se carga al costo o gasto	F/C 78984		\$ 7.20	
	1.1.1.01	caja	F/C 78984			\$ 67.20
		P/R compra de paga amarilla				
03/06/2015		7				
	1.1.3.01	Inv.: Materia Prima	F/C 78984		\$ 54.00	
		3 galones	F/C 78984	\$ 54.00		
	5.1.6.01	IVA que se carga al costo o gasto	F/C 78984		\$ 6.48	
		caja	F/C 78984			\$ 60.48
		P/R compra de paga blanca				
03/06/2015		8				
	1.1.3.01	Inv.: Materia Prima	F/C 78984		\$ 25.00	
		25 metros de Cambrela ploma	F/C 78984	\$ 25.00		
	5.1.6.01	IVA que se carga al costo o gasto	F/C 78984		\$ 3.00	
	1.1.1.01	caja	F/C 78984			\$ 28.00
		P/R compra Cambrela ploma				
03/06/2015		9				
	1.1.3.01	Inv.: Materia Prima	F/C 78984		\$ 314.40	
		120 pares Plantas Paulis	F/C 78984	\$ 134.40		
		180 pares plantas Yuranik		\$ 180.00		
	5.1.6.01	IVA que se carga al costo o gasto	F/C 78984		\$ 37.73	
	1.1.1.01	caja	F/C 78984			\$ 352.13
		P/R compra 300 pares de plantas	F/C 78984			
		PASAN			\$ 84,309.92	\$ 84,309.92

LIBRO DIARIO						
TALER DE CALZADO MAITE						
Fecha	Código	Detalle	Ref.	Parcial	Debe	Haber
		VIENEN			\$ 84,309.92	\$ 84,309.92
03/06/2015		10				
	1.1.3.01	Inv. Materia Prima	F/C 78984		\$ 22.40	
		8 metros de Plantiflex blanco	F/C 78984	\$ 22.40		
	5.1.6.01	IVA que se carga al costo o gasto	F/C 78984		\$ 2.69	
	1.1.1.01	caja	F/C 78984			\$ 25.09
		P/R compra de Plantiflex blanco				
03/06/2015		11				
	1.1.3.01	Inv. Materia Prima	F/C 78984		\$ 5.00	
		5 metros de elástico negro	F/C 78984	\$ 5.00		
	5.1.6.01	IVA que se carga al costo o gasto	F/C 78984		\$ 0.60	
	1.1.1.01	Caja	F/C 78984			\$ 5.60
		P/R compra elástico negro				
03/06/2015		12				
	1.1.3.01	Inv. Materia Prima	F/C 78984		\$ 20.50	
		Ojalillos	F/C 78984	\$ 20.50		
	5.1.6.01	IVA que se carga al costo o gasto	F/C 78984		\$ 2.46	
	1.1.1.01	Caja	F/C 78984			\$ 22.96
		P/R compra de una caja de Ojalillos				
		13				
03/06/2015	1.1.3.01	Inv. Materia Prima	F/C 78984		\$ 5.00	
		5 docenas pasadores	F/C 78984	\$ 5.00		
	5.1.6.01	IVA que se carga al costo o gasto	F/C 78984		\$ 0.60	
	1.1.1.01	Caja	F/C 78984			\$ 5.60
		P/R compra de 5 doc. Pasadores				
		14				
03/06/2015	1.1.3.01	Inv. Materia Prima	F/C 78984		\$ 3.00	
		300 fundas	F/C 78984	\$ 3.00		
	5.1.6.01	IVA que se carga al costo o gasto	F/C 78984		\$ 0.36	
	1.1.1.01	Caja	F/C 78984			\$ 3.36
		P/R compra de 300 fundas				
		PASAN			\$ 84,372.53	\$ 84,372.53

LIBRO DIARIO						
TALER DE CALZADO MAITE						
Fecha	Código	Detalle	Ref	Parcial	Debe	Haber
		VIENEN			\$ 84.372,53	\$ 84.372,53
03/06/2015		15				
	1.1.3.01	Inv. Materia Prima	F/C 78984		\$ 12,00	
		300 etiquetas	F/C 78984	\$ 12,00		
	1.1.5.01	IVA que se carga al costo o gasto	F/C 78984		\$ 1,44	
	1.1.1.01	Caja	F/C 78984			\$ 13,44
		P/R compra de 300 etiquetas				
05/06/2015		16				
	1.1.3.02	Productos en proceso	Orden R.1		\$ 202,50	
		25 metros de tela victoria	Orden R.1	\$ 162,50		
		1 poma de pega amarilla	Orden R.1	\$ 15,00		
		25 metros de Cambrela ploma	Orden R.1	\$ 25,00		
	1.1.3.01	Inv. Materia Prima	Orden R.1			\$ 202,50
		P/R requisición N°1				
05/06/2015		17				
	1.1.3.02	Productos en proceso	Orden R.2		\$ 25,50	
		1 caja de Ojalillos	Orden R.2	\$ 20,50		
		5 metros de elástico negro	Orden R.2	\$ 5,00		
	1.1.3.01	Inv. Materia Prima	Orden R.2			\$ 25,50
		P/R requisición N°2				
08/06/2015		18				
	1.1.3.02	Productos en proceso	Orden R.3		\$ 476,00	
		3 pomas de pega amarilla	Orden R.3	\$ 45,00		
		3 galones de pega blanca	Orden R.3	\$ 54,00		
		8 cartones para plantillas	Orden R.3	\$ 19,20		
		10 cartones para punteras	Orden R.3	\$ 25,00		
		8 cartones para dentro	Orden R.3	\$ 18,40		
		120 pares Plantas Paulis	Orden R.3	\$ 134,40		
		180 pares plantas Yuranik	Orden R.3	\$ 180,00		
	1.1.3.01	Inv. Materia Prima	Orden R.3			\$ 476,00
		P/R requisición N°3				
		PASAN			\$ 85.089,97	\$ 85.089,97

LIBRO DIARIO						
TALLER DE CALZADO MAITE						
						FOLIO 57
Fecha	Código	Detalle		Parcial	Debe	Haber
		VIENEN			\$ 85,089.97	\$ 85,089.97
11/06/2015		19				
	1.1.3.02	Productos en proceso	Orden R.4		\$ 20.00	
		5 docenas pasadores	Orden R.4	\$ 5.00		
		300 fundas	Orden R.4	\$ 3.00		
		300 etiquetas	Orden R.4	\$ 12.00		
	1.1.3.01	Inv. Materia Prima	Orden R.4			\$ 20.00
		P/R requisición N°4	Orden R.4			
18/06/2015		20				
	5.1.2.01	CIF Reales	recibo		\$ 7.00	
		Transporte	recibo	\$ 7.00		
	1.1.1.01	Caja	recibo			\$ 7.00
		P/R pago de transporte				
20/06/2015		21				
	5.1.2.01	CIF Reales	planillas		\$ 61.00	
		Servicios Básicos	planillas	\$ 61.00		
	1.1.1.01	Caja	planillas			\$ 61.00
		P/R pago de agua, luz, teléfono				
20/06/2015		22				
	5.1.2.01	CIF Reales	ajustes		\$ 76.54	
		Depreciaciones	ajustes	\$ 76.54		
	1.2.1.03	Depre. acumulada	ajustes			\$ 76.54
		P/R depreciaciones				
		PASAN			\$ 85,254.51	\$ 85,254.51

LIBRO DIARIO						
TALLER DE CALZADO MAITE						
Fecha	Código	Detalle		Parcial	Debe	FOLIO 6/7 Haber
		VIENEN			\$ 85,254.51	\$ 85,254.51
20/06/2015		23				
	1.1.3.02	Productos en proceso	Rol de pagos		\$ 516.70	
	5.1.1.01	Mano de obra directa	Rol de pagos			\$ 348.00
	5.1.2.01	cif real	ajuste			\$ 144.54
	5.1.2.02	Mano de Obra Indirecta	Rol de pagos			\$ 24.16
		P/R registro de costo de las 300 unidades producidas de la mano de obra directa e indirecta				
20/06/2015		24				
	1.1.3.02	Productos en proceso	presupuesto CIF		\$ 96.50	
	5.1.3.01	CIF Aplicados	presupuesto CIF			\$ 96.50
		P/R aplicación del presupuesto	presupuesto CIF			
		25				
	1.1.3.03	Productos terminados	resumen		\$ 1,168.00	
	1.1.3.02	Productos en proceso	resumen			\$ 1,168.00
		P/R traspaso a bodega				
20/06/2015		26				
	5.1.1.02	Costo producción y ventas	resumen		\$ 1,168.00	
	1.1.3.03	Productos Terminados	resumen			\$ 1,168.00
		P/R venta al costo				
20/06/2015		27				
	5.1.3.01	CIF aplicados	ajuste		\$ 96.50	
	5.1.3.02	Variación CIF	ajuste		\$ 529.42	
	5.1.2.01	CIF Reales	ajuste			\$ 625.92
		P/R variación CIF				
20/06/2015		28				
	5.1.1.02	Costo de producción y ventas	ajuste		\$ 529.92	
	5.1.3.02	Variación CIF	ajuste			\$ 529.92
		P/R costo de pro. Ventas.	ajuste			
30/06/2015		29				
	6.1.1.01	Mano de obra directa	rol de pagos		\$ 1,392.00	
	1.1.1.01	Caja	rol de pagos			\$ 903.15
	2.2.1.02	PROVISIONES SOCIALES	rol de pagos			\$ 240.00
	2.2.1.03	Vacaciones	rol de pagos	\$ 48.00		
	2.2.1.04	XIII sueldo	rol de pagos	\$ 96.00		
	2.2.1.05	XIV sueldo	rol de pagos	\$ 96.00		
	2.1.1.04	IESS POR PAGAR	rol de pagos			\$ 248.85
	2.1.1.06	Aporte personal 9,45%	rol de pagos	\$ 108.87		
	2.1.1.07	Aporte Patronal 12,15%	rol de pagos	\$ 139.98		
		P/R pago sueldos a los obreros				
		PASAN			\$ 90,751.55	\$ 90,751.55

LIBRO DIARIO						
TALLER DE CALZADO MAITE						
Fecha	Código	Detalle		Parcial	Debe	Haber
		VIENEN			\$ 90,751.55	\$ 90,751.55
30/06/2015		30				
	6.3.1.01	GASTOS ADMINISTRATIVOS	rol de pagos		\$ 604.16	
	1.1.1.01	Caja	rol de pagos			\$ 391.99
	2.2.1.02	PROVISIONES SOCIALES	rol de pagos			\$ 104.17
	2.2.1.03	Vacaciones	rol de pagos	\$ 20.83		
	2.2.1.04	XIII sueldo	rol de pagos	\$ 41.67		
	2.2.1.05	XIV sueldo	rol de pagos	\$ 41.67		
	2.1.1.04	IESS POR PAGAR	rol de pagos			\$ 108.00
	2.1.1.06	Aporte personal 9,45%	rol de pagos	\$ 47.25		
	2.1.1.07	Aporte Patronal 12,15%	rol de pagos	\$ 60.75		
		P/R pago sueldos al gerente				
30/06/2015		31				
	6.2.1.01	GASTOS VENTAS	rol de pagos		\$ 483.34	
	1.1.1.01	Caja	rol de pagos			\$ 313.61
	2.2.1.02	PROVISIONES SOCIALES	rol de pagos			\$ 83.33
	2.1.1.05	Vacaciones	rol de pagos	\$ 16.67		
	2.2.1.04	XIII sueldo	rol de pagos	\$ 33.33		
	2.2.1.05	XIV sueldo	rol de pagos	\$ 33.33		
	2.1.1.04	IESS POR PAGAR	rol de pagos			\$ 86.40
	2.1.1.06	Aporte personal 9,45%	rol de pagos	\$ 37.80		
	2.1.1.07	Aporte Patronal 12,15%	rol de pagos	\$ 48.60		
		P/R pago sueldos a los vendedores				
30/06/2015		32				
	5.1.2.01	CIF Reales	rol de pagos		\$ 483.38	
	5.1.2.02	Mano de Obra Indirecta	rol de pagos	483.38		
	1.1.1.01	Caja	rol de pagos			\$ 313.65
	2.2.1.02	PROVISIONES SOCIALES	rol de pagos			\$ 83.33
	2.2.1.03	Vacaciones	rol de pagos	\$ 16.67		
	2.2.1.04	XIII sueldo	rol de pagos	\$ 33.33		
	2.2.1.05	XiV sueldo	rol de pagos	\$ 33.33		
	2.1.1.04	IESS POR PAGAR	rol de pagos			\$ 86.40
	2.1.1.06	Aporte personal 9,45%	rol de pagos	\$ 37.80		
	2.1.1.07	Aporte Patronal 12,15%	rol de pagos	\$ 48.60		
		P/R pago sueldos al jefe de compras				
30/06/2015		33				
	1.1.1.02	Bancos	N/P 0045		\$ 1,752.00	
	4.1.1.01	Ventas	N/P 0045			\$ 1,752.00
		P/R venta al Sr. Andrés Lasluisa				
		TOTAL			\$ 94,074.43	\$ 94,074.43

Tabla N° 6. 25.- Libro diario
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Libro Mayor

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Caja		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R balance inicial	\$ 9,500.00		\$ 9,500.00
P/R compra de tela victoria		\$ 182.00	\$ 9,318.00
P/R compra de cartón plantillas		\$ 21.50	\$ 9,296.50
P/R compra de cartón punteras		\$ 28.00	\$ 9,268.50
P/R compra de cartón dentros		20.61	\$ 9,247.89
P/R compra de paga amarilla		67.20	\$ 9,180.69
P/R compra de paga blanca		60.48	\$ 9,120.21
P/R compra Cambrela ploma		28.00	\$ 9,092.21
P/R compra 300 pares de plantas		352.13	\$ 8,740.08
P/R compra de Plantiflex blanco		25.09	\$ 8,714.99
P/R compra elástico negro		5.6	\$ 8,709.39
P/R compra de una caja de Ojalillos		22.96	\$ 8,686.43
P/R compra de 5 doc. Pasadores		5.6	\$ 8,680.83
P/R compra de 300 fundas		3.36	\$ 8,677.47
P/R compra de 300 etiquetas		\$ 13.44	\$ 8,664.03
P/R pago de transporte		\$ 7.00	\$ 8,657.03
P/R pago de agua, luz, teléfono		\$ 61.00	\$ 8,596.03
P/R pago sueldos a los obreros		\$ 903.15	\$ 7,692.88
P/R pago sueldos al gerente		\$ 391.99	\$ 7,300.89
P/R pago sueldos a los vendedores		\$ 313.61	\$ 6,987.28
P/R pago sueldos al jefe de compras		\$ 313.65	\$ 6,673.63
TOTAL	\$ 9,500.00	\$ 2,826.37	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Bancos		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R balance inicial	3500.00		3500.00
P/R venta al Sr. Andrés Lasluisa	\$ 1,752.00		\$ 5,252.00
TOTAL	5252.00	0	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Clientes		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R balance inicial	\$ 1,800.00		\$ 1,800.00
TOTAL	\$ 1,800.00	0	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Vehículo		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R balance inicial	\$ 20,000.00		\$ 20,000.00
TOTAL	\$ 20,000.00	0	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Edificio		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
según balance inicial	\$ 45,000.00		\$ 45,000.00
TOTAL	\$ 45,000.00	0	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Maquinaria y equipo		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R balance inicial	\$ 1,500.00		\$ 1,500.00
TOTAL	\$ 1,500.00	0	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Muebles y enseres		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R balance inicial	\$ 1,450.00		\$ 1,450.00
TOTAL	\$ 1,450.00	0	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Equipo de computo		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R balance inicial	\$ 800.00		\$ 800.00
TOTAL	\$ 800.00	0	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Proveedores		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R balance inicial		\$ 3,000.00	(\$ 3,000.00)
TOTAL	0	\$ 3,000.00	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Cuentas por pagar		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R balance inicial		\$ 2,000.00	(\$ 2,000.00)
TOTAL	0	\$ 2,000.00	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Capital		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R balance inicial		\$ 78,550.00	(\$ 78,550.00)
TOTAL	0	\$ 78,550.00	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Inv. Materia Prima		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R compra de tela victoria	\$ 162.50		\$ 162.50
P/R compra de cartón plantillas	\$ 19.20		\$ 181.70
P/R compra de cartón punteras	\$ 25.00		\$ 206.70
P/R compra de cartón dentros	18.40		\$ 225.10
P/R compra de paga amarilla	60.00		\$ 285.10
P/R compra de paga blanca	54.00		\$ 339.10
P/R compra Cambrela ploma	25.00		\$ 364.10
P/R compra 300 pares de plantas	314.40		\$ 678.50
P/R compra de Plantiflex blanco	22.40		\$ 700.90
P/R compra elástico negro	5.00		\$ 705.90
P/R compra de una caja de Ojalillos	20.50		\$ 726.40
P/R compra de 5 doc. Pasadores	5.00		\$ 731.40
P/R compra de 300 fundas	3.00		\$ 734.40
P/R compra de 300 etiquetas	\$ 12.00		\$ 746.40
P/R requisición N°1		\$ 202.50	\$ 543.90
P/R requisición N°2		\$ 25.50	\$ 518.40
P/R requisición N°3		\$ 476.00	\$ 42.40
P/R requisición N°4		\$ 20.00	\$ 22.40
TOTAL	\$ 746.40	\$ 724.00	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	IVA que se carga al costo o gasto		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R compra de tela victoria	\$ 19.50		\$ 19.50
P/R compra de cartón plantillas	\$ 2.30		\$ 21.80
P/R compra de cartón punteras	\$ 3.00		\$ 24.80
P/R compra de cartón dentros	2.21		\$ 27.01
P/R compra de paga amarilla	7.20		\$ 34.21
P/R compra de paga blanca	6.48		\$ 40.69
P/R compra Cambrela ploma	3.00		\$ 43.69
P/R compra 300 pares de plantas	37.73		\$ 81.42
P/R compra de Plantiflex blanco	2.69		\$ 84.11
P/R compra elástico negro	0.6		\$ 84.71
P/R compra de una caja de Ojalillos	2.46		\$ 87.17
P/R compra de 5 doc. Pasadores	0.6		\$ 87.77
P/R compra de 300 fundas	0.36		\$ 88.13
P/R compra de 300 etiquetas	\$ 1.44		\$ 89.57
TOTAL	\$ 89.57	0	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Inv. Productos en proceso		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R requisición N°1	\$ 202.50		\$ 202.50
P/R requisición N°2	\$ 25.50		\$ 228.00
P/R requisición N°3	\$ 476.00		\$ 704.00
P/R requisición N°4	\$ 20.00		\$ 724.00
P/R registro de costo de las 300 unidades producidas de la mano de obra directa e indirecta	\$ 516.70		\$ 1,240.70
P/R aplicación del presupuesto	\$ 96.50		\$ 1,337.20
P/R traspaso a bodega		\$ 1,168.00	\$ 169.20
TOTAL	\$ 1,337.20	\$ 1,168.00	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	CIF Reales		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R pago de transporte	\$ 7,00		\$ 7,00
P/R pago de agua, luz, teléfono	\$ 61,00		\$ 68,00
P/R depreciaciones	\$ 76,54		\$ 144,54
P/R registro de costo de las 300 unidades producidas de la mano de obra directa e indirecta		\$ 144,54	\$ 0,00
P/R variación CIF		\$ 625,92	(\$ 625,92)
P/R pago sueldos al jefe de compras	\$ 483,38		(\$ 142,54)
TOTAL	\$ 627,92	\$ 770,46	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Depre. acumulada		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R depreciaciones		\$ 76.54	(\$ 76.54)
TOTAL	0	\$ 76.54	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Mano de obra directa		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R registro de costo de las 300 unidades producidas de la mano de obra directa e indirecta		\$ 348.00	(\$ 348.00)
P/R pago sueldos a los obreros	\$ 1,392.00		\$ 1,044.00
TOTAL	\$ 1,392.00	\$ 348.00	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Mano de Obra Indirecta		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R registro de costo de las 300 unidades producidas de la mano de obra directa e indirecta		\$ 24,16	(\$ 24,16)
TOTAL	0	\$ 24,16	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	CIF Aplicados		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R aplicación del presupuesto		\$ 96.50	(\$ 96.50)
P/R variación CIF	\$ 96.50		\$ 0.00
TOTAL	\$ 96.50	\$ 96.50	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Inv. Productos terminados		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R traspaso a bodega	1168.00		1168.00
P/R venta al costo		\$ 1,168.00	0
TOTAL	1168.00	\$ 1,168.00	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Costo producción y ventas		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R venta al costo	\$ 1,168.00		\$ 1,168.00
P/R costo de pro. Ventas.	\$ 529.42		\$ 1,697.42
TOTAL	\$ 1,697.42	0	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Variación CIF		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R variación CIF	\$ 529.42		\$ 529.42
P/R costo de pro. Ventas.		\$ 529.42	\$ 0.00
TOTAL	\$ 529.42	529.42	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	PROVISIONES SOCIALES		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R pago sueldos a los obreros		\$ 240.00	(\$ 240.00)
P/R pago sueldos al gerente		\$ 104.17	(\$ 344.17)
P/R pago sueldos a los vendedores		\$ 83.33	(\$ 427.50)
P/R pago sueldos al jefe de compras		\$ 83.33	(\$ 510.83)
TOTAL	\$ 0.00	\$ 510.83	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	IESS POR PAGAR		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R pago sueldos a los obreros		\$ 248.85	(\$ 248.85)
P/R pago sueldos al gerente		\$ 108.00	(\$ 356.85)
P/R pago sueldos a los vendedores		\$ 86.40	(\$ 443.25)
P/R pago sueldos al jefe de compras		\$ 86.40	(\$ 529.65)
TOTAL	0	\$ 529.65	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R pago sueldos al gerente	\$ 604.16		\$ 604.16
TOTAL	\$ 604.16	0	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	GASTOS VENTAS		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R pago sueldos a los vendedores	\$ 483.34		\$ 483.34
TOTAL	\$ 483.34	0	

LIBRO MAYOR			
CUENTA:	Ventas		
DETALLE	DEBE	HABER	SALDO
P/R venta al Sr. Andrés Lasluisa		\$ 1,752.00	(\$ 1,752.00)
TOTAL	0	\$ 1,752.00	

Tabla N° 6. 26.-Libro mayor
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Para realizar el pedido del Sr. Andrés Lasluisa se necesita las siguientes órdenes de compra:

Órdenes de compra

ORDEN DE COMPRA N° 1				
PROVEEDOR:	DIMAR		DIRECCIÓN:	Luz de América - Montalvo
FECHA DE PEDIDO:	03/06/2015		FECHA DE ENTREGA:	03/06/2015
LUGAR DE ENTREGA:	Taller de Cazado Maite		CONDICIONES DE PAGO:	Contado
CANTIDAD	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
5 metros	TVN	Tela victoria color negro	\$ 6,50	\$ 32.50
5 metros	TVAM	Tela victoria color azul marino	\$ 6,50	\$ 32.50
5 metros	TVG	Tela victoria color gris	\$ 6,50	\$ 32.50
5 metros	TVC	Tela victoria color café	\$ 6,50	\$ 32.50
5 metros	TVR	Tela victoria color rojo	\$ 6,50	\$ 32.50
SUMAN				\$162.50
Aprobado por:	Departamento de compras		FIRMA	

Tabla N° 6. 27.- Orden de compra 1

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

ORDEN DE COMPRA N° 2				
PROVEEDOR:	CURTIDURIA DIVINO NIÑO		DIRECCIÓN:	Luz de América - Montalvo
FECHA DE PEDIDO:	03/06/2015		FECHA DE ENTREGA:	03/06/2015
LUGAR DE ENTREGA:	Taller de Calzado Maite		CONDICIONES DE PAGO:	Contado
CANTIDAD	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
25 metros	CP	Cambrela ploma	\$ 1,00	\$ 25,00
4 pomas	PA	Pega amarilla	\$ 15,00	\$ 60,00
3 galones	PB	Pega blanca KISAFIX	\$ 18,00	\$ 54,00
8 cartones	CP	Cartones plantillas	\$ 2,40	\$ 19,20
8 cartones	CD	Cartones dentro	\$ 2,30	\$ 18,40
10 cartones	CPS	Cartones punteras	\$ 2,50	\$ 25,00
8 metros	PX	Plantiflex	\$ 2,80	\$ 22,40
5 metros	EL	Elástico negro	\$ 1,00	\$ 5,00
1 caja	OJ	Ojalillos	\$ 20,50	\$ 20,50
5 docenas	PSD	Pasadores blancos	\$ 1,00	\$ 5,00
300 Etiquetas	ET	Etiquetas	\$ 0,04	\$ 12,00
SUMAN			\$ 266,50	
Aprobado por:	Departamento de compras		FIRMA	

Tabla N° 6. 28.- Orden de compra 2

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

ORDEN DE COMPRA N° 3				
PROVEEDOR:	PLANTAS ANAHI	DIRECCIÓN:	Luz de América - Montalvo	
FECHA DE PEDIDO:	03/06/2015	FECHA DE ENTREGA:	03/06/2015	
LUGAR DE ENTREGA:	Taller de Calzado Maite	CONDICIONES DE PAGO:	Contado	
CANTIDAD	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
120 pares	PP	Plantas Paulis	\$ 1,12	\$ 134,40
180 pares	PK	Plantas Yuranik	\$ 1,00	\$ 180,00
SUMAN				\$ 314,40
APROBADO POR:	Departamento de compras	FIRMA		

Tabla N° 6. 29.- Orden de compra 3
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

ORDEN DE COMPRA N° 4				
PROVEEDOR:	PLASTICENTRO	DIRECCIÓN:	Luz de América - Montalvo	
FECHA DE PEDIDO:	03/06/2015	FECHA DE ENTREGA:	03/06/2015	
LUGAR DE ENTREGA:	Taller de Calzado Maite	CONDICIONES DE PAGO:	Contado	
CANTIDAD	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
300 Fundas	FP	Fundas plásticas transparente	\$ 0,01	\$ 3,00
SUMAN				\$ 3,00
APROBADO POR:	Departamento de compras	FIRMA		

Tabla N° 6. 30.- Orden de compra 4
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Requisición de materiales

ORDEN DE REQUISICIÓN DE MATERIALES N°1						
ORDEN DE PRODUCCIÓN N°:		1				
DEPARTAMENTO:		De compras				
FECHA:		05/06/201 5				
ARTÍCULO	CÓDIGO	UNIDAD	CANTIDAD		PRECIO	VALOR
			Solicitada	Entregada		
Tela victoria color negro	TVN	metros	5	5	\$ 6,50	\$ 32,50
Tela victoria color azul marino	TVAM	metros	5	5	\$ 6,50	\$ 32,50
Tela victoria color gris	TVG	metros	5	5	\$ 6,50	\$ 32,50
Tela victoria color café	TVC	metros	5	5	\$ 6,50	\$ 32,50
Tela victoria color rojo	TVR	metros	5	5	\$ 6,50	\$ 32,50
Cambrela ploma	CP	metros	25	25	\$ 1,00	\$ 25,00
Pega amarilla	PA	pomas	1	1	\$ 15,00	\$ 15,00
					VALOR	\$ 202,50
					TOTAL	
REQUERIDO POR:	Bodega			FIRMA:		
APROBADO POR:	Gerente Propietario			FIRMA:		
ENTREGADO POR:	Departamento de compras			FIRMA:		

Tabla N° 6. 31.- Requisición de materiales 1
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

ORDEN DE REQUISICIÓN DE MATERIALES N°2						
ORDEN DE PRODUCCIÓN N°:		1				
DEPARTAMENTO:		De compras				
FECHA:		05/06/201 5				
ARTÍCULO	CÓDIGO	UNIDAD	CANTIDAD		PRECIO	VALOR
			Solicitada	Entregada		
Elástico negro	EL	Metros	5	5	\$ 1,00	\$ 5,00
Ojalillos	OJ	Caja	1	1	\$ 20,50	\$ 20,50
					VALOR	\$ 25,50
					TOTAL	
REQUERIDO POR:	Bodega				FIRMA:	
APROBADO POR:	Gerente Propietario				FIRMA:	
ENTREGADO POR:	Departamento de compras				FIRMA:	

Tabla N° 6. 32.- Requisición de materiales 2
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

ORDEN DE REQUISICIÓN DE MATERIALES N°3						
ORDEN DE PRODUCCIÓN N°:		1				
DEPARTAMENTO:		De compras				
FECHA:		08/06/2015				
ARTÍCULO	CÓDIGO	UNIDAD	CANTIDAD		PRECIO	VALOR
			Solicitada	Entregada		
Pega amarilla	PA	pomas	3	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Pega blanca KISAFIX	PB	galones	3	3	\$ 18,00	\$ 54,00
Cartones plantillas	CP	cartones	8	8	\$ 2,40	\$ 19,20
Cartones dentro	CD	cartones	8	8	\$ 2,30	\$ 18,40
Cartones punteras	CPS	cartones	10	10	\$ 2,50	\$ 25,00
Plantas Paulis	PP	pares	120	120	\$ 1,12	\$ 134,40
Plantas Yuranik	PK	pares	180	180	\$ 1,00	\$ 180,00
					VALOR TOTAL	\$ 476,00
REQUERIDO POR:	Bodega				FIRMA:	
APROBADO POR:	Gerente Propietario				FIRMA:	
ENTREGADO POR:	Departamento de compras				FIRMA:	

Tabla 6.29.- Requisición de materiales 3
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

ORDEN DE REQUISICIÓN DE MATERIALES N°4						
ORDEN DE PRODUCCIÓN N°:	1					
DEPARTAMENTO:	De compras					
FECHA:	11/06/201 5					
ARTÍCULO	CÓDIGO	UNIDAD	CANTIDAD		PRECIO	VALOR
			Solicitada	Entregada		
Pasadores blancos	PSD	docenas	5	5	\$ 1,00	\$ 5,00
Fundas plásticas transparente	FP		300	300	\$ 0,01	\$ 3,00
Etiquetas	ES		300	300	\$ 0,04	\$ 12,00
					VALOR	\$
					TOTAL	20,00
REQUERIDO POR:	Bodega				FIRMA:	
APROBADO POR:	Gerente Propietario				FIRMA:	
ENTREGADO POR:	Departamento de compras				FIRMA:	

Tabla 6.30.- Requisición de materiales 4
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Etapas y tiempos

		Nº HORAS	Nº DIAS	COSTO HORA	TOTAL
A	CORTE	8	2	2,9	46,4
B	APARADO	8	5	2,9	116
C	ARMADO / PEGADO	8	6	2,9	139,2
E	EMPACADO	8	2	2,9	46,4
				SUMAN	348

Tabla N° 6. 33.- Etapas y tiempos
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Presupuesto CIF

Concepto	valor	Días mes	Días en ordenes de producción	Costos por día	costo por unidad	talla 34	talla 35	talla 36	talla 37	talla 38
Servicios Básicos	120	30	15	\$ 60.00	\$ 0.20	\$ 12.00				
Suministros	61	30	15	30.50	0.10	\$ 6.10				
Mano de obra indirecta	150	30	15	75.00	0.25	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
Depreciaciones	20	30	15	10.00	0.03	\$ 2.00				
Mantenimiento	35	30	15	17.50	0.06	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50
TOTAL	\$ 386,00			\$ 193.00	0.64	\$ 38.60				

Tabla N° 6. 34.-Presupuesto CIF
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

TASA PREDETERMINADA=		Costos presupuesto CIF	
		Unidades Producidas	
TASA PREDETERMINADA=		386,00	
		1200	
TASA PREDETERMINADA=		0,32*300	
TASA PREDETERMINADA=		96,00	

Tabla N° 6. 35.- Costo presupuesto CIF
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

CONCEPTO	VALOR
Talla 34	19.20
Talla 35	19.20
Talla 36	19.20
Talla 37	19.20
Talla 38	19.20
TOTAL	96.00

Tarjetas Kardex

TARJETA KARDEX											
TALLER DE CALZADO MAITE											
	ARTICULO:	TELA	UNIDAD DE MEDIDA			METROS					
	MES:	JUNIO	MÉTODO:			PROMEDIO PONDERADO					
FECHA	CONCEPTO	ENTRADA			SALIDA			EXISTENCIAS			
		CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	
03/06/2015	Compra tela	25	\$ 6,50	\$ 162,50				25	\$ 6,50	\$ 162,50	
05/06/2015	Requisición N°1				25	\$ 6,50	\$ 162,50	0	0	0	

Tabla N° 6. 36.- Tarjetas Kardex 1
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

TARJETA KARDEX											
TALLER DE CALZADO MAITE											
	ARTICULO:	CARTON PLANTILLAS	Unidad de medida:			UNIDAD					
	MES:	JUNIO	MÉTODO:			PROMEDIO PONDERADO					
FECHA	CONCEPTO	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS			
		CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	
03/06/2015	Compra cartón	8	\$ 2,40	\$ 19,20				8	\$ 2,40	\$ 19,20	
08/06/2015	Requisición N°3				8	\$ 2,40	\$ 19,20	0	0	0	

Tabla N° 6. 37.- Tarjetas Kardex 2
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

TARJETA KARDEX										
TALLER DE CALZADO MAITE										
	ARTICULO:	pega amarilla	Unidad de medida:		Pomas					
	MES:	JUNIO	MÉTODO:		PROMEDIO PONDERADO					
FECHA	CONCEPTO	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
		CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR
03/06/2015	Compra de pega amarilla	4	\$ 15,00	\$ 60,00				4	\$ 15,00	\$ 60,00
05/06/2015	Requisición N°1				4	\$ 15,00	\$ 60,00	0	0	0

Tabla N° 6. 38.- Tarjetas Kardex 3
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

TARJETA KARDEX										
TALLER DE CALZADO MAITE										
	ARTICULO:	Pega blanca	Unidad de medida:		Unidad					
	MES:	JUNIO	MÉTODO:		PROMEDIO PONDERADO					
FECHA	CONCEPTO	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
		CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR
03/06/2015	Compra de pega blanca	3	\$ 18,00	\$ 54,00				3	\$ 18,00	\$ 54,00
08/06/2015	Requisición N°3				3	\$ 18,00	\$ 54,00	0	0	0

Tabla N° 6. 39.- Tarjetas Kardex 4
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

TARJETA KARDEX											
TALLER DE CALZADO MAITE											
	ARTICULO:	Cambrela ploma	Unidad de medida:			METROS					
	MES:	JUNIO	MÉTODO:			PROMEDIO PONDERADO					
FECHA	CONCEPTO	ENTRADAS			SALIDA			EXISTENCIAS			
		CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	
03/06/2015	Compra de Cambrela	25	\$ 1,00	\$ 25,00				25	\$ 1,00	\$ 25,00	
05/06/2015	Requisición N°1				25	\$ 1,00	\$ 25,00	0	0	0	

Tabla N° 6. 40.-Tarjetas Kardex 5
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

TARJETA KARDEX											
TALLER DE CALZADO MAITE											
	ARTICULO:	Plantiflex	UNIDAD DE MEDIDA			METROS					
	MES:	JUNIO	MÉTODO:			PROMEDIO PONDERADO					
FECHA	CONCEPTO	ENTRADA			SALIDA			EXISTENCIA			
		CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	
03/06/2015	Compra de Plantiflex	8	\$ 2,80	\$ 22,40				8	\$ 2,80	\$ 22,40	
05/06/2015	Requisición N°2				8	\$ 2,80	\$ 22,40	0	0	0	

Tabla N° 6. 41.- Tarjetas Kardex 6
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

TARJETA DE KARDEX											
TALLER DE CALZADO MAITE											
	ARTICULO:	Cartón punteras	Unidad de medida:			METROS					
	MES:	JUNIO	MÉTODO:			PROMEDIO PONDERADO					
FECHA	CONCEPTO	ENTRADA			SALIDA			EXISTENCIA			
		CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	
03/06/2015	Compra cartón	10	\$ 2,50	\$ 25,00				10	\$ 2,50	\$ 25,00	
08/06/2015	Requisición N°3				10	\$ 2,50	\$ 25,00	0	0	0	

Tabla N° 6. 42.- Tarjetas Kardex 7
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

TARJETA DE KARDEX											
TALLER DE CALZADO MAITE											
	ARTICULO:	Cartón Dentro	Unidad de medida:			Unidad					
	MES:	JUNIO	MÉTODO:			PROMEDIO PONDERADO					
FECHA	CONCEPTO	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS			
		CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	
03/06/2015	Compra cartón	8	\$ 2,30	\$ 18,40				8	\$ 2,30	\$ 18,40	
08/06/2015	Requisición N°3				8	\$ 2,30	\$ 18,40	0	0	0	

Tabla N° 6. 43.- Tarjetas Kardex 8
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

TARJETA KARDEX										
TALLER DE CALZADO MAITE										
	ARTICULO:	Elástico	Unidad de medida:		METROS					
	MES:	JUNIO	MÉTODO:		PROMEDIO PONDERADO					
FECHA	CONCEPTO	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
		CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR
03/06/2015	Compra elástico	5	\$ 1,00	\$ 5,00				5	\$ 1,00	\$ 5,00
05/06/2015	Requisición N°2				5	\$ 1,00	\$ 5,00	0	0	0

Tabla N° 6. 44.-Tarjetas Kardex 9
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

TARJETA KARDEX										
TALLER DE CALZADO MAITE										
	ARTICULO:	Ojalillos	Unidad de medida:		Caja					
	MES:	JUNIO	MÉTODO:		PROMEDIO PONDERADO					
FECHA	CONCEPTO	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
		CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR
03/06/2015	Compra Ojalillos	1	\$ 20,50	\$ 20,50				1	\$ 20,50	\$ 20,50
05/06/2015	Requisición N°2				1	\$ 20,50	\$ 20,50	0	0	0

Tabla N° 6. 45.- Tarjetas Kardex 10
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

TARJETA KARDEX											
TALLER DE CALZADO MAITE											
	ARTICULO:	Pasadores	Unidad de medida:			Docenas					
	MES:	JUNIO	MÉTODO:			PROMEDIO PONDERADO					
FECHA	CONCEPTO	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS			
		CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	
03/06/2015	Compra pasadores	5	\$ 1,00	\$ 5,00				5	\$ 1,00	\$ 5,00	
11/06/2015	Requisición N°4				5	\$ 1,00	\$ 5,00	0	0	0	

Tabla N° 6. 46.-Tarjetas Kardex 11
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

TARJETA KARDEX											
TALLER DE CALZADO MAITE											
	ARTICULO:	Etiquetas	Unidad de medida:			unidad					
	MES:	JUNIO	MÉTODO:			PROMEDIO PONDERADO					
FECHA	CONCEPTO	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS			
		CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	
03/06/2015	Compra etiquetas	300	\$ 0,04	\$ 12,00				300	\$ 0,04	\$ 12,00	
11/06/2015	Requisición N°4				300	\$ 0,04	\$ 12,00	0	0	0	

Tabla N° 6. 47.- Tarjetas Kardex 12
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

TARJETA KARDEX											
TALLER DE CALZADO MAITE											
	ARTICULO:	Fundas	Unidad de medida:			unidad					
	MES:	JUNIO	MÉTODO:			PROMEDIO PONDERADO					
FECHA	CONCEPTO	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS			
		CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	
03/06/2015	Compra fundas	300	\$ 0,01	\$ 3,00				300	\$ 0,01	\$ 3,00	
11/06/2015	Requisición N°4				300	\$ 0,01	\$ 3,00	0	0	0	

Tabla N° 6. 48.- Tarjetas Kardex 13
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Rol de pagos

ROL DE PAGOS									
TALLER DE CALZADO MAITE									
CARGO	NOMBRE	SUELDO NOMINAL	Días	SUELDO REAL	COMISIONES	TOTAL INGRESOS	9,45% APORT. PERSONAL	TOTAL DEDUCCIONES	LIQUIDO A RECIBIR
			Trabajados						
ADMINISTRACION									
Gerente	Sra. Patricia Arcos	500	30	500		500	47,25	47,25	452,75
TOTAL		500		500		500	47,25	47,25	452,75
M.O.I									
Jefe de compras	Sr. Luis Bonilla	400	30	400		400	37,8	37,8	362,2
TOTAL		400		400		400	37,8	37,8	362,2
VENTAS									
Vendedor 1	Sra. Verónica Arcos	400	30	400		400	37,8	37,8	362,2
TOTAL		400		400		400	37,8	37,8	362,2
M.O. D									
Obrero 1	Sr. Arturo Solís	384	30	384		384	36,29	36,29	347,71
Obrero 2	Sr. Edwin Caguana	384	30	384		384	36,29	36,29	347,71
Obrero 3	Sra. Maribel Caiza	384	30	384		384	36,29	36,29	347,71
TOTAL		1.152,00		1.152,00		1.152,00	108,87	108,87	1.043,13

Tabla N° 6. 49.- Rol de pagos
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Cuadro de provisiones

CUADRO DE PROVISIONES									
TALLER DE CALZADO MAITE									
Cargo	Nombre	Vacaciones	Fondos de reserva	12,15% Aporte Patronal	XIII	XIV	Total provisiones	Costo total	Costo hora
ADMINISTRACION									
Gerente	Sra. Patricia Arcos	20,83		60,75	41,67	41,67	104,16	604,16	3,78
TOTAL		20,83		60,75	41,67	41,67	104,16	604,16	
MO.I									
Jefe de compras	Sr. Luis Bonilla	16,67		48,6	33,33	33,33	83,34	483,34	3,02
TOTAL		16,67		48,6	33,33	33,33	83,34	483,34	
VENTAS									
Vendedor 1	Sra. Verónica Arcos	16,67		48,6	33,33	33,33	83,34	483,34	3,02
TOTAL		16,67		48,6	33,33	33,33	83,34	483,34	
M.O.D									
Obrero 1	Sr. Arturo Solís	16		46,66	32	32	80,00	464,00	2,90
Obrero 2	Sr. Edwin Caguana	16		46,66	32	32	80,00	464,00	2,90
Obrero 3	Sra. Maribel Caiza	16		46,66	32	32	80,00	464,00	2,90
TOTAL		48		139,98	96	96	240,00	1.392,00	

Tabla N° 6. 50.-Cuadro de provisiones
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Hoja de costos

HOJA DE COSTOS								
CLIENTE:		Sr. Andrés Lasluisa			CANTIDAD:		300 Pares	
PRODUCTO:		Calzado muñecas						
FECHA INICIAL:		20/06/2015			FECHA FINAL:		30/06/2015	
FECHA	MATERIA PRIMA		MANO DE OBRA DIRECTA				CIF	
	REQUISICIÓN N	COSTO	PRODUCCIÓN	Nº HORA S	COSTO HORA	COSTO M.O.D	INF. Nº	CI F
12/06/2015	Requisición 1	202,50	CORTE	16	2,90	46,40	1	96
12/06/2015	Requisición 2	25,50	APARADO	40	2,90	116,00		
14/06/2015	Requisición 3	476,00	ARMADO/PEGADO	48	2,90	139,20		
15/06/2015	Requisición 4	20,00	EMPACADO	16	2,90	46,40		
	TOTAL	724,00		80		348,00		96

Tabla N° 6. 51.- Hoja de costos
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

RESUMEN				
				% DE PARTICIPACIÓN
MATERIA PRIMA:		\$ 724,00		62%
MANO DE OBRA DIRECTA:		\$ 348,00		29.53%
COSTOS IND. FABRICACIÓN:		\$ 96,50	PARES	8.47%
TOTAL		\$ 1.168,50	300	100%
COSTO UNITARIO		\$ 3,90		
MARGEN DE UTILIDAD 50%		\$ 1,95	724	
PRECIO DE VENTA AL PUBLICO		\$ 5,84	PRECIO UNITARIO	

Tabla N° 6. 52.- Resumen
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Estado de Costo

ESTADO DE COSTOS					
TALLER DE CALZADO MAITE					
Del 1 al 31 de Junio del 2015					
	Inventario Inicial Materia Prima				\$ -
(+)	Compras				\$ 746,40
(=)	DISPONIBLE				\$ 746,40
(-)	Inventario Final		(-)		\$ 22,40
(=)	MATERIA PRIMA UTILIZADA				\$ 724,00
(+)	Mano de obra directa		(+)		\$ 348,00
(=)	COSTO PRIMO				\$ 1.012,00
(+)	Costos indirectos de fabricación		(+)		\$ 96,00
(=)	COSTOS DE PRODUCCION DEL PERIODO				\$ 1.168,00
(+)	Inventario inicial de productos en proceso				\$ -
(-)	Inventario final de productos en proceso		(-)		\$ -
(=)	COSTOS DE PRODUCCION TERMINADA				\$ 1.168,00
(+)	inventario inicial de productos terminados				\$ -
(=)	PRODUCTOS DISPONIBLES PARA LA VENTA				\$ 1.168,00
(-)	Inventario final de productos terminados				\$ -
(=)	COSTO DE PRODUCCION Y VENTAS				\$ 1.168,80

GERENTE

CONTADOR

Tabla N° 6. 53.- Estado de costos
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Comparación del precio de venta del calzado de acuerdo al diseño de costos por órdenes de producción

PRECIO DE VENTA DEL TALLER DE CALZADO MAITE			
MATERIA PRIMA:		\$ 500,00	
MANO DE OBRA DIRECTA:		\$ 600,00	
COSTOS IND. FABRICACIÓN:		\$ 120,00	PARES
TOTAL		\$ 1.220,00	300
COSTO UNITARIO		\$ 4,07	
PRECIO DE VENTA AL PUBLICO		\$ 5,00	PRECIO UNITARIO

Tabla N° 6. 54.- Precio de venta del taller de calzado Maite

Estado De Resultados De La Empresa

ESTADO DE RESULTADOS			
TALLER DE CALZADO MAITE			
Del 1 al 31 de Junio del 2015			
VENTAS		\$ 1.500,00	
—COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS		\$ 1.168,00	
=UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$ 332,00	
—GASTO ADMINISTRACION Y VENTAS		\$ 185.50	
Sueldos y salarios			
\$185.50			
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 146,50	

Tabla N° 6. 55.-Estado de Resultados
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

Estado De Resultados Según La Propuesta

ESTADO DE RESULTADOS			
TALLER DE CALZADO MAITE			
Del 1 al 31 de Junio del 2015			
VENTAS		\$ 1.752,00	
–COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS		\$ 1.168,00	
=UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$ 584,00	
–GASTO ADMINISTRACION Y VENTAS		\$ 185.50	
Sueldos y salarios			
\$185.50			
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 396.50	

GERENTE

CONTADOR

Tabla N° 6. 56.-Estado de Resultados
Elaborado por: Azogue, L. (2015)

El taller de calzado Maite el costo de producción lo ha venido establecido de manera incorrecta, debido a que al determinarlo de forma empírica junto con el precio de venta fijado al azar sin tomar en cuenta ningún método apropiado, el precio que la empresa ha establecido no es muy competitivo en el mercado local, en relación de estado de la empresa, y la propuesta planteada, ha hecho que se marque una diferencia de \$ 250,00 que representa el 10% en la producción tomada como muestra. Se puede concluir que la empresa ha dejado de percibir una cantidad específica de ganancia por lo que la propuesta planteada demuestra que se puede incrementar un margen de utilidad del 50% en función al método de valor percibido que va acorde a las necesidades de la empresa, el cliente y la rentabilidad que podría alcanzar manejando los estándares del método propuesto.

Métodos basados en el valor percibido

Según Pérez D. y Martínez I. (2006, págs. 24-27) Define que el precio debería representar una oferta de alto valor para los consumidores. La percepción que el

consumidor tenga de nuestros productos depende, en gran medida, del adecuado uso que la empresa haga de sus herramientas de Marketing para conseguir que esa percepción de valor sea elevada y, por lo tanto, el consumidor esté dispuesto a pagar un precio superior. Dichos porcentajes de aumento serán fijados por la empresa.

En el taller de calzado se optó el método basado en el valor percibido, debido a que la empresa obtendrá mejores utilidades al exponer en el mercado sus productos, ya que la presente propuesta va enfocada en la fijación del precios esto es una herramienta del marketing el cual podemos hablar de la imagen del producto, publicidad, promociones y destinadas a satisfacer las necesidades de los clientes teniendo en cuenta la disponibilidad de pagar el valor percibido por el producto para utilizar este método, el mismo que se expone a continuación:

Paso 1 ¿Cuánto quieres ganar? En este paso nos quiere decir que con este método basado en el valor percibido es por dar mayor importancia al diseño del zapato y los clientes están en capacidad de pagar el precio que establece la propietaria del taller la razón por lo que lanza al mercado los productos con nuevos diseños.

Paso 2¿Cuánto crees que tu producto vale? Esto nos quiere decir que la empresa debe fijar el precio de venta en el cual la empresa tiene que sacar nuevos diseños es decir se fija más en la imagen del producto más que en la competitividad.

El cual se observa en el siguiente cuadro:

PRECIO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	% UTILIDAD	UTILIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Precio en base de taller de calzado Maite	300	4,07	23%	0,93	5,00	\$ 1.500,00
Precio en base al sistema de costos por órdenes de producción	300	3,89	50%	1,95	5,84	\$ 1752,00

Al analizar el cuadro comparativo anterior se verificó que los costos que obtiene

la empresa no es de gran rentabilidad, el costo unitario que obtiene la empresa empíricamente es de 4.07 dólares y su ganancia es de 0.93 centavos de dólar que representa el 23% de incremento al costo de producción dando como resultado la suma de \$5,00 dólares el cual es el total que cuesta cada par de zapatos, el taller al optar la metodología de fijación de precio será en función de incrementar el precio del producto y obtener un aumento en sus utilidades mientras que al fijar el precio basado en el sistema de costos por órdenes de producción tiene un costo de \$ 3,89 dólares y al incrementar el 50% de recargo sobre costo nos da el valor de \$ 5,84 esto es el precio final de cada par de zapatos.

6.8 Administración

Para la consecución de la presente propuesta se necesitarán la participación de todo el personal que desempeña en el taller conjuntamente con la propietaria, por cuanto es el grupo de trabajadores más indicado y especializado para llevar a cabo la implementación del sistema de costos por órdenes de producción, si así lo decide la propietaria del taller de calzado Maite la propuesta mencionada se pone a disposición del equipo de trabajo que está involucrado en el mencionado taller.

6.9 Matriz de evaluación del Modelo de Gestión

1	¿Beneficiario?	Propietaria del taller de Calzado Maite
2	¿Por qué evaluar?	Porque el taller de calzado Maite determina costos incorrectos, ya que no existe la información adecuado sobre los costos reales.
3	¿Para qué evaluar?	Para conocer de una manera confiable, oportuna y reales sobre la fijación de precio de venta
4	¿Qué evaluar?	La determinación de costos y la fijación de precio venta al publico
5	¿Quién evalúa?	Propietaria, jefe de producción y los obreros, ya que son las personas de evaluar la evolución del proceso productivo.
6	¿Cuándo evaluar?	Trimestral
7	¿Cómo evaluar?	Estableciendo la determinación del costo del producto y fijando el precio
8	¿Con que evaluar?	Con la Hoja de costos

Elaborado por: Azogue, L. (2015)

BIBLIOGRAFÍA

- A. Preve, L. (2004). el Desafío de la Rentabilidad. *Desde el Campus*, 50-54.
- Altamirano Freire, O. O. (2011). *El control de costos y su impacto en la rentabilidad de la empresa suelas Amazonas S.A de la ciudad de Ambato durante el segundo semestre del año 2010*. Ambato.
- Anonima. (2007). *Funciones de la Amministración . Teoria y Practica*. Bahia Blanca: Universidad Nacional el Sur.
- Barrera Chiriboga, M. F. (2011). “*SISTEMA DE COSTEO POR ÓRDENES DE PRODUCCIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD EN LA FABRICA DE CALZADO DE LA CIUDAD DE AMBATO DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2011*.” AMBATO.
- Bautista, M. I. (2010). Prueba de hipótesis para proporciones. *slideshare* , 2.
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera edición ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Bernal, C. A. (2006). *Metodologia de la Invstigacion*. Mexico: Prentice Hall.
- Bravo Valdivieso, M., & Ubidia Tapia, C. (2009). *Contabilidad de Costos*. Quito: Nuevodia.
- Burbidge, J. L. (1979). *Control de Costos de Produccion*. España: Deusto S.A.
- C. Merton , R. (1997). *Finanzas*. Mexico: educacion Pearson.
- Cabrera Guaman, E. N. (2012). *IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE CONTABILIDAD DE COSTOS Y SU INCIENCIA EN LA PRESENTACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA*. CUENCA.
- Cabrera Guaman, E. N. (2012). *IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE CONTABILIDAD DE COSTOS Y SU NCIDENCIA EN LA PRESENTACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA*. CUENCA.
- Callejas, F. (2001). *Contabilidad de Costos*. Mc Graw-Hill.
- Charles W., L., Joseph F., H., & Carl, M. (2006). *Marketing*. Mexico: Progreso S.A.
- Charles, H., Srikant, D., & George, F. (2007). *Contabilidad de costos un enfoque gerencial*. Mexico: Pearson.
- Cid , A., Mendez, R., & Sandoval, F. (2007). *Investigación Fundamentos y Metodología*. Mexico: pearson Educacion de Mexico S.A.
- Cid, M. y. (2007). *Investigación Fundamentos y Metodología*. Mexico: pearson Educacion de Mexico S.A.
- Cueva, F. J. (2004). *Control de Costos y Gastos en Los Restaurantes*. México: Limusa S.A.
- Cuevas, C. F. (2001). *Contabilidad de Costos*. Bogota: Pearson Educacion de Colombia Ltda.
- Davalos, N. (1999). *Diccionario de Contabilidad y Finanzas*. Madrid: Cultural S.A.
- Duplan L., V. (1971). *Estudio de rentabilidad de la produccion de Frijol*. Alajuela, Costa Rica.
- Esteo Sanchez, F. (1998). *Medicion Contable de los Factores determinantes de la Rentabilidad empresarial . Madrid*.
- Estupiñan Gaitan, R. (2002). *Analisis Financiero y de Gestion*. ediciones Ecoe.

- García Colín, J. (2007). *Contabilidad de Costos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Gillespie, C. (1981). *Contabilidad y Control de Costos*. Mexico: Diana S.A.
- Gomez B., O. (2005). *Contabilidad de Costos*. Bogotá: Mc Graw-Hill.
- Gomez Bravo, O. (2005). *Contabilidad de Costos*. Colombia: Nomos S.A.
- Guato Caiza, A. d. (2013). *LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN POR PROCESOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DEXTEX URBAN DE LA CIUDAD DE PELILEO EN EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2011*. Ambato.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGRAW- HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A.
- Hernandez, F. R. (2003). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A.
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2004). *Tutorias de la Investigación Científico*. Quito: Diemerino Editores S.A.
- Herrera, M. y. (2004). *Tutorias de la Investigación Científico*. Quito: Diemerino Editores S.A.
- HUICOCHEA ALSINA, E. (2010). *CONTABILIDAD DE COSTOS*. MEXICO: TRILLAS .
- Jhnsom, R. (2007). *Estadística Elemental*. México: Editorial Trillas S.A.
- Kaldor, N. (1986). *archivo en pdf*. Obtenido de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/3878/1/CD-3620.pdf>
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing Conceptos Esenciales*. Mexico: PEARSON PRENTICE HALL.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Marketing*. España: Graficas Rogar S.A.
- Lago, C. (s/f). *documentos comerciales*. Recuperado el 13 de 04 de 2015, de www.photorem.com/upload/.../699427233documentos-comerciales.doc
- lema, p. d. (2006). *contabilidad de costos y rentabilidad*.
- luna, l. (2011). *matriz productivo*. guayaquil: macgrawill.
- Martinez Castro, F. B. (2010). *LA APLICACIÓN DE UN MODELO DE COSTEO Y SU INCIDENCIA EN LA VALORACIÓN DE LOS INVENTARIOS EN LA EMPRESA DE CALZADO LADY ROSE EN EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2010*. Ambato.
- Martinez Castro, F. B. (2011). *LA APLICACIÓN DE UN MODELO DE COSTEO Y SU INCIDENCIA EN LA VALORACIÓN DE LOS INVENTARIOS EN LA EMPRESA DE CALZADO LADY ROSE EN EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2010*. Ambato.
- Mendez y AztudilloMoya, R. M. (2008). *La investigacion en la Era de Informacion*. Mexico: Trillas S.A.
- Molina, A. (2007). *Contabilidad de Costos*. Quito: TALLERES GRAFICOS DE ACCESO ACP.
- Muñoz, L. (20 de 07 de 2014). *El Telegrafo*. Recuperado el 12 de 10 de 2014, de www.eltelegrafo.com.ec
- Ortega Pérez, L. (2003). *Contabilidad de Costos* . México: LUMISA S.A.
- Perez Jaramillo, C. M. (2008). *Los Indiiadores de Gestion*. Recuperado el junio de 2014, de <http://www.escuelagobierno.org/inputs/los%20indicadores%20de%20ges>

- Perez, D., & Perez Martinez, I. (2006). *MARKETING. El Precio. Tipos y estrategia de fijacion de precios. Escuela de Negocio*, 24-27.
- Pirla, F. (1977). *Contabilidad de Costos*.
- Planning. (2012). *Estrategia del Conocimiento. DOCUMENTOS PLANNING publicacion periodica coleccionable*, 3-4.
- Proaño, D. (19 de 08 de 2010). Recuperado el 01 de 05 de 2014, de http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_category&category=10063
- Rincon S., C. A., & Villarreal Vasquez, F. (2010). *Costos Decisiones Empresariales*. Bogota: ECOE EDICIONES.
- Rocafort, A. (2010). *Contabilidad de Costes*. Barcelona: Profit.
- Rojas, R. (2000). *Guia Para Realizar Investigaciones Sociales*. Mexico: PY V Editores.
- Sanchez Ballesta, J. (2002). *Analisis de Rentabilidad de la Empresa*. Recuperado el junio de 2014, de <<http://www.5campus.com/leccion/anarenta>>
- Santana, C. (17 de 01 de 2013). Recuperado el 01 de 05 de 2014, de <http://www.elmercurio.com.ec/381065-4-500-productores-generan-30-millones-de-pares-de-zapatos-ano/#>
- Santana, C. (17 de 05 de 2013). *El Mercurio Diario Independiente de la Mañana*. Recuperado el 16 de 08 de 2014, de www.elmercurio.com.ec Community
- Vásconez Arroyo, J. V. (2003). *Contabilidad de Costos*. Quito: Inprenta Mariscal.
- Vasquez Bustamante, R. (2004). *Costos I*. Recuperado el 2014, de Cossops I: <http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/4/costos.pdf>
- Villavicencio, L. (2012). *La producción de calzado pisa fuerte en el país. Lideres*.
- Yero Hernandez, Y. (2006). *PROCEDIMIENTOS PARA LA GESTION DE LOS COSTOS EN UNIDADES BASICAS DE PRODUCCION COOPERATIVA*. HABANA.
- Yero Hernandez, Y. (2006). *Procedimientos para la gestión de los costos en unidades básicas de producción cooperativa*. Habana.
- Zapata , P., & Zapata , P. (2008). *Contabilidad General 6ta edicion*. Editores, S.A de C.V.
- Zapata Sánchez, P. (2005). *Contabilidad General* . Colombia: McGraw-Hill .
- Zapata Sanchez, P. (2007). *Contabilidad de Costos*. Bogota: McGraw - Hill.
- Zapata Sanchez, P. (2007). *Contabilidad De Costos*. Bogota: Mc Graw-Hill Interamericana S.A.

ANEXOS

ANEXO 1

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES

SRI

NUMERO RUC: 1803448180001

PELLIDOS Y NOMBRES: ARCOS SANCHEZ EULALIA PATRICIA

NOMBRE COMERCIAL:

CATEGORÍA CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

ALIFICACIÓN ARTESANAL: **NUMERO:**

EC. NACIMIENTO: 05/05/1985 **FEC. ACTUALIZACION:** 03/04/2014

EC. INICIO ACTIVIDADES: 04/02/2009 **FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:**

EC. INSCRIPCION: 04/02/2009 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ACTIVIDAD: COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR DE CALZADO

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Dirección: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: MONTALVO Calle: PRINCIPAL Número: 6/N Referencia: BARRIO AMERICA, A MEDIA CUADRA DE LA PLAZA, CASA DE UN PISO, COLOR BLANCO Teléfono: 032456443 Email: eulalia@yahoo.es

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE).

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 001	ABIERTOS:	1
RESIDENCIA:	REGIONAL CENTRO DE TUNGURAHUA	CERRADOS:	0


FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SRI Se verifica que los documentos de identidad y certificado de votación originales presentados, pertenecen al contribuyente

03 ABR 2014

Firma del Servidor Responsable

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ello se deriva (Art. 37 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Departamento: PACEÑO **Lugar de emisión:** AMBATO/SOLIVAR 1560 **Fecha y hora:** 03/04/2014 13:05:35

Página 1 de 2

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES



NÚMERO RUC: 1803448180001

DELLIDOS Y NOMBRES: ARCOS SANCHEZ EULALIA PATRICIA

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

ESTABLECIMIENTO: 001 ESTADO ABIERTO MATRIZ FEC. INICIO ACT. 04/02/2009

NOMBRE COMERCIAL: FEC. CIERRE:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS: FEC. REINICIO:

ACTIVIDAD PRINCIPAL: 4711010101

UBICACIÓN ESTABLECIMIENTO:

Dirección: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: LA MERCED Calle: GRAN COLOMBIA Número: S/N Intersección: EL VADOR Referencia: FRENTE AL TERMINAL TERRESTRE Edificio: PLAZA JUAN CAJAS Oficina: 33 Celular: 0993885475
E-mail: eulalia@yahoo.es Telefono Domicilio: 032456443

SRI Se verifica que los documentos de identidad y certificado de votación originales presentados, pertenecen al contribuyente
03 ABR 2014
Firma del Servicio Responsable
Agencia

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Que los datos contenidos en este documento son exactos y verídicos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriva (Art. 37 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Lugar de emisión: AMBATO/BOLIVAR 1560 Fecha y hora: 03/04/2014 13:05:35

9. ¿La fijación de precio que la empresa utiliza usualmente es en base a?

Técnica ()

Modelo empírico ()

Competencia ()

Imagen del producto ()

10. ¿En el sector que se encuentra el taller existe otros talleres que realicen el mismo producto?

SI ()

NO ()

11. ¿El taller ha definido una estrategia de fijación de precio tomando cuenta la imagen del producto?

SI ()

NO ()

12. ¿Realizan promociones del producto estrella?

SI ()

NO ()

GRACIAS POR COLABORACIÓN