

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



**Proyecto de Investigación previo la Obtención del Título de
Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A por la Modalidad del
Trabajo Estructurado de Manera Independiente.**

**TEMA: “DETERMINACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y
LA FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA EN EL SECTOR
AVÍCOLA DEL CANTÓN PÍLLARO”**

Autora: Carrillo Moncayo Diana Aracelly
Tutor: Dra. Msg. Patricia Paola Jiménez Estrella

AMBATO – ECUADOR

2015

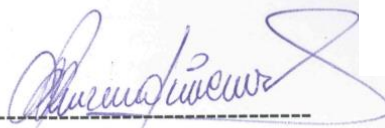
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Ambato, 15 de Octubre de 2015

Yo, Dra. Patricia Paola Jiménez Estrella, con cédula de ciudadanía No.180293423- 0, en mi calidad de tutor del proyecto de investigación sobre el tema: **“DETERMINACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA EN EL SECTOR AVÍCOLA DEL CANTÓN PÍLLARO”** desarrollado por Diana Aracelly Carrillo Moncayo, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos mínimos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el reglamento de graduación de pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores destinados por el H. Consejo de Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato.

EL TUTOR



Dra. Patricia Paola Jiménez Estrella

AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo, Diana Aracelly Carrillo Moncayo, con cédula de ciudadanía № 180466378-7, tengo a bien indicar los criterios emitidos en el informe investigativo, bajo el tema: **“DETERMINACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA EN EL SECTOR AVÍCOLA DEL CANTÓN PÍLLARO”** así como también los criterios presentados, ideas, análisis y síntesis de datos y resultados son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de investigación.

Ambato, 15 de Octubre de 2015

AUTORA



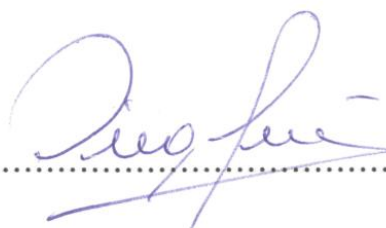
.....
Diana Aracelly Carrillo Moncayo

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Trabajo de Graduación, sobre el tema: **“DETERMINACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA EN EL SECTOR AVÍCOLA DEL CANTÓN PÍLLARO”**, elaborado por Diana Aracelly Carrillo Moncayo, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 15 de Octubre de 2015

Para constancia firman:



Economista Diego Proaño

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Doctora Lorena Llerena

PROFESOR CALIFICADOR



Ingeniero Marco Guachimboza

PROFESOR CALIFICADOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación, así como el esfuerzo y dedicación que requirió para su desarrollo, a nuestro Padre Dios quien me ha dado las herramientas suficientes para terminar un periodo más en mi vida; de igual forma a la Virgen María porque me ha demostrado que nada es imposible.

Además, dedico esta investigación a mis Padres, ya que son quienes a lo largo de este recorrido han sido el apoyo fundamental e incondicional que siempre he tenido, porque han confiado ciegamente en mí y son los que me dan fuerzas para seguir cosechando éxitos, los amo en verdad.

Diana Aracelly Carrillo Moncayo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres Marcelo y María Elena, que aportaron incondicionalmente para mi superación personal y por darme las fuerzas para luchar cada día por mis propósitos, mis hermanos Ricardo y Yolanda, por brindarme apoyo, palabras de aliento y solidaridad.

Gracias a mí querida Facultad de Contabilidad y Auditoría por abrirme las puertas para adquirir esos conocimientos que me permitirán forjar mi futuro.

A mi tutor Dra. Patria Jiménez, quien supo guiarme en el proceso y finalización del proyecto y a todos los profesores que compartieron sus conocimientos, y por esa paciencia de enseñar, virtud que tienen por ser maestros.

A mis amigos, familiares y gente que está a mí alrededor, sepan que en lo más profundo de mi corazón agradezco su compañía, afecto, apoyo, cariño y amistad que me brindaron.

Diana Aracelly Carrillo Moncayo

RESUMEN EJECUTIVO

Los costos de producción son una herramienta indispensable para la toma de decisiones ya que hoy en día las empresas buscan diferenciar sus productos ante el consumidor ya sea a través de precios, canales de distribución, calidad, etc. Todo esto obedece a la búsqueda de costos competitivos definiendo qué acciones se deben emprender para obtener los mejores resultados. Sin embargo, el conocimiento de los costos y su evolución es fundamental pues de estas se deriva la toma de decisiones y también son marco de referencia para evaluar el efecto posterior de esas acciones y decisiones.

La capacidad que tienen las empresas agroindustriales para mejorar su posición, la manera como miden y evalúan constantemente sus costos constituyen un instrumento básico para la fijación del precio de venta y la toma de decisiones acertadas que les generen ventajas competitivas sobre su entorno para estar y permanecer en los mercados.

Esta presente investigación busca demostrar que un sistema de costeo es un instrumento valioso para obtener información contable que permita a las avícolas mejorar la administración y optimización de sus recursos, logrando una reducción de costos, lo que sin lugar a duda traerá excelentes beneficios.

Con relación a lo antes expuesto y como una medida de satisfacer las necesidades de las avícolas ubicadas en el cantón Píllaro dedicadas a la producción de huevos, se desarrollará la presente investigación, la cual, se denomina “DETERMINACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA EN EL SECTOR AVÍCOLA DEL CANTÓN PÍLLARO”.

Esta investigación analiza un sistema de costos por procesos de producción para las avícolas ya mencionados, el cual plantea un establecimiento de costos de producción, un registro contable oportuno y detallado, definiendo parámetros para la fijación de precios de venta competitivos y justos, planteando lineamientos viables acordes a las necesidades que estos presentan, por lo tanto este trabajo es de gran ayuda para su desarrollo y mejora.

EXECUTIVE SUMMARY

Production costs are an indispensable tool for decision-making and that nowadays companies are looking to differentiate their products to the consumer either through prices, distribution channels, quality, etc. All this reflects the search for competitive costs defining what actions should be taken to obtain the best results. However, knowledge of costs and their evolution is critical because these decisions are also derived and framework for evaluating the subsequent effect of these actions and decisions.

The ability of agro-industrial enterprises to improve their position, how constantly measure and evaluate their costs constitute a basic tool for fixing the selling price and making the right decisions that generate competitive advantages over their environment to be and remain in the markets.

It is present investigation seeks to demonstrate that a costing system is a valuable resource for accounting information to enable Poultry improve the management and optimization of resources, achieving a cost reduction tool, which undoubtedly bring great benefits.

With regard to the aforementioned reasons and as a means of meeting the needs of Poultry located in the Píllaro canton dedicated to the production of eggs, this research will take place, which is called "Determination of production costs and fixing the selling price in the poultry sector of canton Píllaro".

This research analyzes a process costing system for poultry production establishments mentioned above, which proposes an establishment of production costs, timely and detailed accounting by defining parameters for competitive pricing and fair sale, raising guidelines viable according to the needs they present, so this work is helpful for development and improvement.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN EJECUTIVO	vii
EXECUTIVE SUMMARY	viii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
1 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1 DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.1.1 MACRO CONTEXTUALIZACIÓN.....	3
1.1.2 MESO CONTEXTUALIZACIÓN	10
1.1.3 MICRO CONTEXTUALIZACIÓN	16
1.1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	21
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	21
1.3 OBJETIVOS.....	22
1.3.1 OBJETIVO GENERAL.....	22
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	22
CAPÍTULO II	24
2 MARCO TEÓRICO	24
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	24
2.2 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO - TÉCNICA	34
2.2.1 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	34
2.2.2 FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA.....	35
2.2.3 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.....	36
2.2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	36
2.2.5 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	41
2.3 PREGUNTAS DIRECTRICES Y/O HIPÓTESIS	82
2.3.1 PREGUNTAS DIRECTRICES	82
2.3.2 HIPÓTESIS.....	82

CAPÍTULO III.....	83
3 METODOLOGÍA.....	83
3.1 MODALIDAD, ENFOQUE Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	83
3.1.1 ENFOQUE CUANTITATIVO	84
3.1.2 ENFOQUE CUALITATIVO.....	84
3.1.3 MODALIDADES BÁSICAS DE INVESTIGACIÓN	85
3.1.4 NIVEL O TIPOS DE INVESTIGACIÓN	87
3.1.5 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	90
3.2 POBLACIÓN, MUESTRA Y UNIDAD DE INVESTIGACIÓN	90
3.2.1 POBLACIÓN.....	91
3.2.2 MUESTRA.....	91
3.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	93
3.3.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE.....	93
3.3.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE... ..	95
3.4 DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS	97
3.4.1 PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	97
3.4.2 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	98
CAPÍTULO IV.....	99
4 RESULTADOS	99
4.1 PRINCIPALES RESULTADOS.....	99
4.1.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS	99
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS VARIABLES	125
4.2.1 CUADRO COMPARATIVO DE LA DETERMINACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	125
4.2.2 CUADRO COMPARATIVO DE LA FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.....	128
4.2.3 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS	133
4.3 LIMITACIÓN DEL ESTUDIO	144
4.4 CONCLUSIONES.....	144
4.5 RECOMENDACIONES	145
4.5.1 METODOLOGÍA DEL MODELO OPERATIVO.....	146

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	151
ANEXOS.....	163

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Programa de Mejora Competitiva del Maíz y Participación del Sector de Balanceados.....	4
Tabla 2 Planteles Avícolas en el Ámbito Nacional.....	6
Tabla 3 Aves de Campo en el Ámbito Nacional.....	7
Tabla 4 Producción de Huevos en el Ámbito Nacional	9
Tabla 5 Planteles Avícolas en la Provincia de Tungurahua.....	12
Tabla 6 Aves de Campo en la Provincia de Tungurahua.....	13
Tabla 7 Producción de Huevos en la Provincia de Tungurahua	15
Tabla 8 Población.....	92
Tabla 9 Variable Independiente; Determinación Costos de Producción	93
Tabla 10 Variable Dependiente; Fijación del Precio de Venta	95
Tabla 11 Plan de Recolección de la Información.....	97
Tabla 12 Manejo y sanidad de alimentos.....	100
Tabla 13 Adquisición de los alimentos	101
Tabla 14 Cantidad de alimentos comprados	103
Tabla 15 Registro de existencia de aves	104
Tabla 16 Control de mortalidad de las aves	105
Tabla 17 Remuneración que percibe el Personal de Producción.....	107
Tabla 18 Control al Personal de Producción.....	108
Tabla 19 Método de costeo que se aplica en la avícola	109
Tabla 20 Implementación de método de costeo.....	111
Tabla 21 Volumen de ventas de huevos.....	112
Tabla 22 Precio de la cubeta de huevos	113
Tabla 23 Destino de huevos defectuosos	115
Tabla 24 La producción de huevos cubre la demanda	116
Tabla 25 Distribución de las cubetas de huevos	118
Tabla 26 Forma de pago.....	119
Tabla 27 Fijación del precio de venta	120

Tabla 28 El precio de venta es competitivo	122
Tabla 29 Implementación de método de fijación del precio de venta.....	123
Tabla 30 Cuadro comparativo de la asignación de los elementos del costo	125
Tabla 31 Cuadro Comparativo del Precio de Venta.....	128
Tabla 32 Distribución de los elementos del costo Avícola Mayorga.....	129
Tabla 33 Distribución de los elementos del costo Avícola Anahí-Andrea Espín	130
Tabla 34 Distribución de los elementos del costo Avícola El Placer	131
Tabla 35 Distribución de los elementos del costo Avícola Santa Lucia	132
Tabla 36 Tabla T-student	136
Tabla 37 Datos de referencia para calcular t-student	141
Tabla 38 Cálculo T-student.....	142
Tabla 39 Matriz del Modelo Operativo.....	147

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Programa de Mejora Competitiva del Maíz y Participación del Sector de Balanceados.....	4
Gráfico 2 Planteles Avícolas en el Ámbito Nacional.....	6
Gráfico 3 Aves de Campo en el Ámbito Nacional.....	8
Gráfico 4 Producción de Huevos en el Ámbito Nacional	9
Gráfico 5 Planteles Avícolas en la Provincia de Tungurahua.....	12
Gráfico 6 Aves de Campo en la Provincia de Tungurahua	14
Gráfico 7 Producción de Huevos en la Provincia de Tungurahua	15
Gráfico 8 Fases de Proceso Productivo de las Aves	17
Gráfico 9 Árbol de Problemas.....	20
Gráfico 10 Categorías Fundamentales	41
Gráfico 11 Sub-ordinación Conceptual; Variable Independiente	42
Gráfico 12 Sub-ordinación Conceptual; Variable Dependiente.....	43
Gráfico 14 Manejo y sanidad de alimentos.....	100
Gráfico 15 Adquisición de los alimentos	102
Gráfico 16 Cantidad de alimentos comprados	103
Gráfico 17 Registro de existencia de aves	104
Gráfico 18 Control de mortalidad de las aves	106

Gráfico 19 Remuneración que percibe el Personal de Producción	107
Gráfico 20 Control al Personal de Producción.....	108
Gráfico 21 Método de costeo que se aplica en la avícola	110
Gráfico 22 Implementación de método de costeo	111
Gráfico 23 Volumen de ventas de huevos.....	112
Gráfico 24 Precio de la cubeta de huevos	114
Gráfico 25 Destino de huevos defectuosos	115
Gráfico 26 La Producción de huevos cubre la demanda.....	117
Gráfico 27 Distribución de las cubetas de huevos	118
Gráfico 28 Forma de pago.....	119
Gráfico 29 Fijación del precio de venta	121
Gráfico 30 El precio de venta es competitivo	122
Gráfico 31 Implementación de método de fijación del precio de venta	123
Gráfico 32 Distribución de los elementos del costo Avícola Mayorga	130
Gráfico 33 Distribución de los elementos del costo Avícola Anahí-Andrea Espín.	131
Gráfico 34 Distribución de los elementos del costo Avícola El Placer	132
Gráfico 35 Distribución de los elementos del costo Avícola Santa Lucia.....	133
Gráfico 36 Gráfico de Distribución T-student	143

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta.....	163
Anexo 2 Certificado de Autorización Avícola Santa.....	168
Anexo 3 Certificado de Autorización Avícola El Placer	169
Anexo 4 Certificado de Autorización Avícola Mayorga	170
Anexo 5 Certificado de Autorización Avícola-Anahí Andrea Espín.....	171

INTRODUCCIÓN

La finalidad de este trabajo es determinar los costos de producción bajo un sistema de costeo acorde a la naturaleza y actividad productiva de las avícolas y por ende lograr una apropiada fijación del precio de venta de los huevos en el sector avícola del cantón Píllaro. La presente investigación consta de cuatro capítulos que se describen a continuación:

Capítulo I. **Análisis y descripción del problema de investigación.**- Se realiza una breve descripción del problema objeto de análisis, sus causas, una revisión de los principales rubros que pueden ayudar a entender el problema en el contexto de la situación económica de la provincia y del país, se hace la formulación del problema, y se identifican las variables dependiente e independiente, los principales subproblemas que se han derivado, y se determinan los objetivos tanto general como específicos.

Capítulo II. **Marco teórico.**- Se realiza una descripción de los antecedentes investigativos que motivaron la investigación, su fundamentación científico-técnica, se grafican las variables dependiente (determinación de costos de producción) e Independiente (fijación del precio de venta), además de graficar de la subordinación de estas variables, y se realiza un breve detalle de lo que constituyen, para concluir con la determinación de las preguntas directrices e Hipótesis.

Capítulo III. **Metodología.**- Realiza una descripción del enfoque utilizado para el desarrollo de la investigación que en el presente trabajo se lo realizo con el uso del enfoque cuali-cuantitativo, se realiza una descripción de la modalidad de la investigación, determinación del tipo de investigación, la determinación de muestra o población, en este caso se ha considerado a toda la población del sector avícola investigado, se describe la operacionalización de las variables dependiente e independiente, en la cual se da un breve concepto de cada una, se describe categorías, se determina índices de medición e instrumentos de investigación a utilizar, posteriormente se define el plan de recolección de información y el plan de procesamiento de esta información.

Capítulo IV. **Resultados.**- En principio se describe las técnicas de investigación utilizadas, se enuncian las preguntas planteadas en las encuestas realizadas, se realiza un breve análisis e interpretación de los resultados obtenidos, cada uno con su respectivo grafico de las respuestas obtenidas, se realiza la comprobación de la hipótesis mediante la aplicación de la t-student., se hace énfasis a las limitaciones del estudio y se expone las principales conclusiones de la investigación que se centran en los objetivos específicos del Capítulo I, de igual forma se realizan las recomendaciones para cada una de las conclusiones realizadas.

CAPÍTULO I

1 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1.1 MACRO CONTEXTUALIZACIÓN

Según el Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC, 2013) menciona:

La avicultura en el Ecuador, al igual que en otros países de la región, es un sector de enorme importancia social, económica y agropecuaria, esta actividad en los últimos años se ha incrementado notablemente ya que contribuye a la seguridad y soberanía alimentaria, los productos avícolas constituyen una de las principales fuentes de proteína de origen animal para los ecuatorianos y es una de las más importantes cadenas productivas ya que aporta actualmente con el 27 % del PIB agrícola nacional y con el 4% de la PEA , siendo así una actividad que impacta positivamente al desarrollo del país.

De acuerdo con el Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca (MAGAP, Registro Oficial No 449, 2015) expone:

El sector avícola es un gran generador de empleo e ingreso urbano y sobre todo rural en la economía familiar ecuatoriana ya que considera el impacto real de la industria avícola y toma como prioridad a toda la cadena productiva que se encuentra sumada de los empleos generados en el cultivo de maíz, elaboración de los balanceados, distribución y venta de productos finales.

En una investigación desarrollada por la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador (CONAVE, 2014) indica que “El Gobierno Nacional en los últimos años está desarrollando el programa de mejora competitiva del maíz amarillo duro, con el objetivo de lograr el autoabastecimiento de esta importante materia prima para la elaboración de balanceados.”

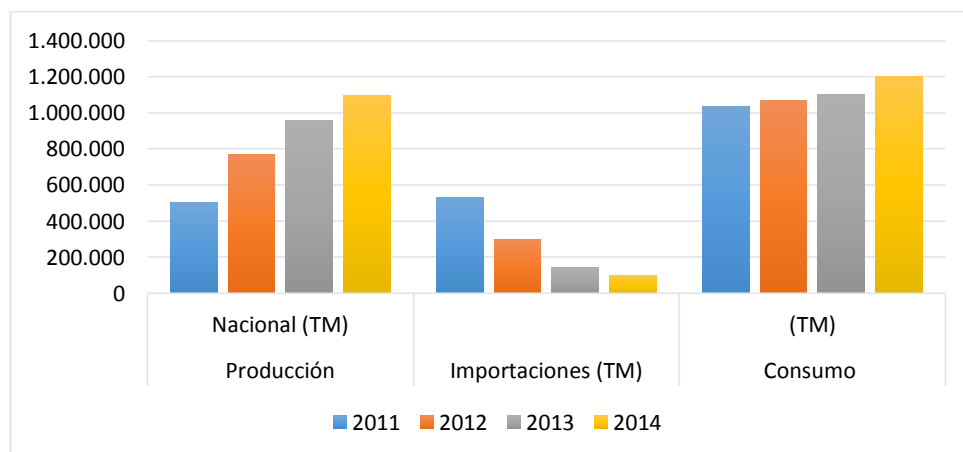
Como se muestra en el cuadro siguiente que trata sobre el programa de mejora competitiva del maíz y participación del sector de balanceados en el Ecuador, se puede notar que en los últimos años la producción nacional se ha incrementado significativamente especialmente en el año 2014 con 1.099.124 toneladas (TM), en el mismo año las importaciones decrecieron notablemente a 100.876 toneladas (TM), mientras que el consumo nacional fue de 1.200.000 toneladas (TM).

Tabla 1 Programa de Mejora Competitiva del Maíz y Participación del Sector de Balanceados

Año	Producción Nacional (TM)	Importaciones (TM)	Consumo (TM)
2011	503.606	531.394	1.035.000
2012	767.118	299.882	1.067.000
2013	957.026	142.974	1.100.000
2014	1.099.124	100.876	1.200.000

Fuente. CONAVE

Gráfico 1 Programa de Mejora Competitiva del Maíz y Participación del Sector de Balanceados



Fuente: CONAVE

De acuerdo con el Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca (MAGAP, Información sobre el sector avícola, 2014) indica que “EL precio del maíz influye constantemente en la producción de las aves y de acuerdo a un cálculo aprobado mediante Acuerdo Ministerial No. 134 del año 2013, que habla del Reglamento de Comercialización fija el precio en los mercados nacionales.”

Según el censo avícola realizado por (MAGAP, AGROCALIDAD, & CONAVE, 2006) deduce:

La capacidad productiva se encuentra apalancada en el trabajo y creatividad de los empresarios que la conforman, lo cual incluye 104 mil productores maiceros, de los cuales 90 mil son pequeños productores de menos de 10 hectáreas, existen 4.2 mil agricultores soyeros, un centenar de acopiadores formales de maíz, 333 fábricas de alimentos balanceados y 1.567 planteles avícolas compuestos por instalaciones de uno o más galpones, diseñados para la explotación de aves destinadas a la producción de carne o de postura, teniendo por lo menos comederos, bebederos siendo su capacidad de 50 aves en adelante, sin considerar la avicultura familiar o de traspatio entre pollos de engorde y ponedoras, dicha información sigue siendo tomada en cuanta hasta el año 2014.

En base a la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC, 2013), del Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC, 2013) con fecha de actualización en Noviembre 2014 indica:

Realizó un análisis sobre la producción avícola del país, seis tipos de aves se crían en el territorio nacional, siendo estas; avestruces; codornices; gallinas ponedoras; gallinas reproductoras; pavos; pollitos, pollitas, pollos, pollas. La mayor producción de pollitos y pollos se concentra en la región Sierra, con un 62,33% y el 37.67% se encuentra dividido en la región Costa y Oriente excepto en la región Insular, del total de la producción en las granjas avícolas se obtienen 7,3 millones de huevos y unos 40 millones en los planteles avícolas destinados para la venta y autoconsumo. La existencia de gallinas ponedoras y reproductoras fue de 11.1 millones; y la de pollitos, pollitas, pollos y pollas supera los 31 millones de aves, en el país se sigue incrementando el número de aves criadas en los planteles avícolas casi en un 8% así también como el consumo de carne de pollo ha tenido un notable crecimiento teniendo una estimación de que cada persona consume 32kg de carne de aves, mientras que el consumo de huevos por persona es de 140 huevos al año, independientemente de su nivel de ingresos.

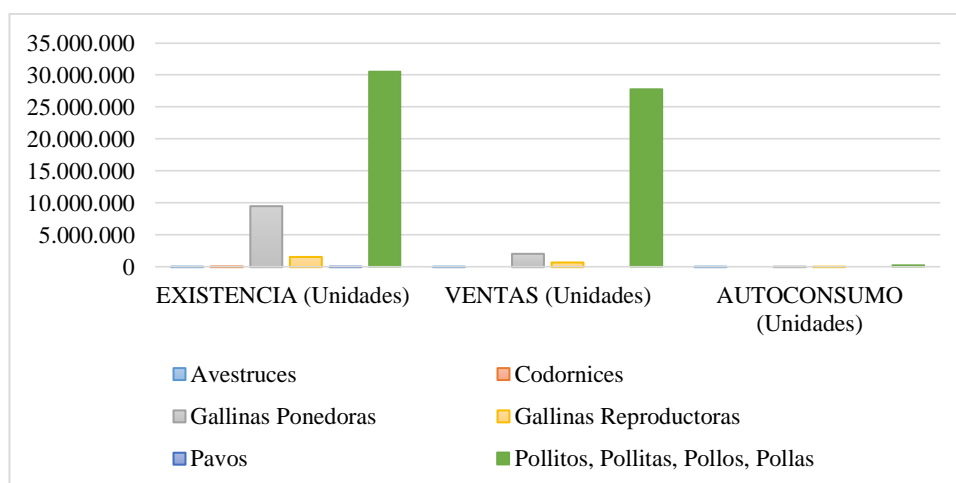
A continuación se revela información sobre las cifras estadísticas agropecuarias que fueron determinadas mediante la (ESPAC, 2013) , que mide en forma numérica la existencia, el autoconsumo y las ventas del sector avícola en el Ecuador.

Tabla 2 Planteles Avícolas en el Ámbito Nacional

ESPECIE	EXISTENCIA (Unidades)	AUTOCONSUMO (Unidades)	VENTAS (Unidades)
Avestruces	2.971	998	235
Codornices	106.799	15	0
Gallinas Ponedoras	9.531.798	1.698	2.084.552
Gallinas Reproductoras	1.597.298	46	732.251
Pavos	72.621	0	0
Pollitos, Pollitas, Pollos, Pollas	30.516.718	328.969	27.800.068

Fuente: INEC – ESPAC, (2013)

Gráfico 2 Planteles Avícolas en el Ámbito Nacional



Fuente: INEC – ESPAC, (2013)

Como se expone en el gráfico presentado, los resultados obtenidos de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC, 2013), se puede decir que en el Ecuador en su mayoría existen 30.516.718 aves las cuales se diferencian entre pollitos, pollitas, pollos, pollas, de las cuales una cantidad de 328.969 son destinadas para el autoconsumo, y para la venta se registran 27.800.068 aves, como se puede observar en la información presentada.

Además, se puede señalar que en la actualidad existe un incremento de consumo per cápita de pollo y huevo en el Ecuador, lo cual demuestra que la contribución del sector avícola en la seguridad alimentaria de cada persona se ha vuelto prioridad ya que se ven atraídas a adquirir estos alimentos porque aprovisionan proteínas y no tienen un alto costo, razón por la cual son adquiridos por la mayoría de la población, independientemente de su nivel socioeconómico.

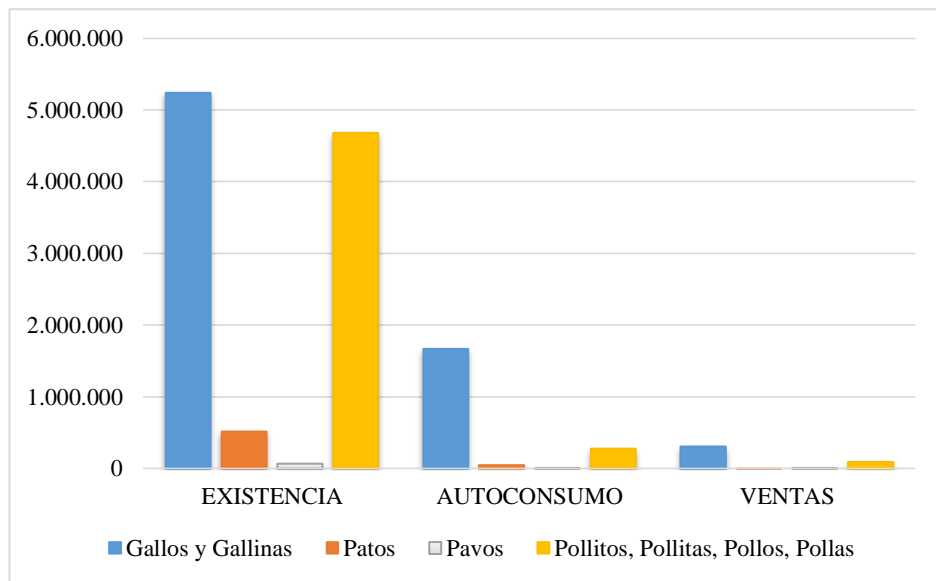
La capacidad productiva de los diferentes eslabones de la cadena enfocada a esta producción, se encuentra apalancada en el trabajo y creatividad de los empresarios que la conforman, independientemente de su tamaño.

Tabla 3 Aves de Campo en el Ámbito Nacional

ESPECIE	EXISTENCIA (Unidades)	AUTOCONSUMO (Unidades)	VENTAS (Unidades)
Gallos y Gallinas	5.243.670	1.671.820	308.060
Patos	519.458	50.076	9.936
Pavos	69.702	3.070	1.894
Pollitos, Pollitas, Pollos, Pollas	4.680.964	280.284	93.882

Fuente: INEC – ESPAC, (2013)

Gráfico 3 Aves de Campo en el Ámbito Nacional



Fuente: INEC – ESPAC, (2013)

El gráfico mostrado anteriormente presenta los resultados obtenidos de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC, 2013), los cuales indican que en el Ecuador se concentra una producción significativa de aves de campo, siendo esta de gallos y gallinas con 5.243.670 aves, de las cuales 1.671.820 sirven para autoconsumo de la población y 308.060 aves son destinadas a ser vendidas.

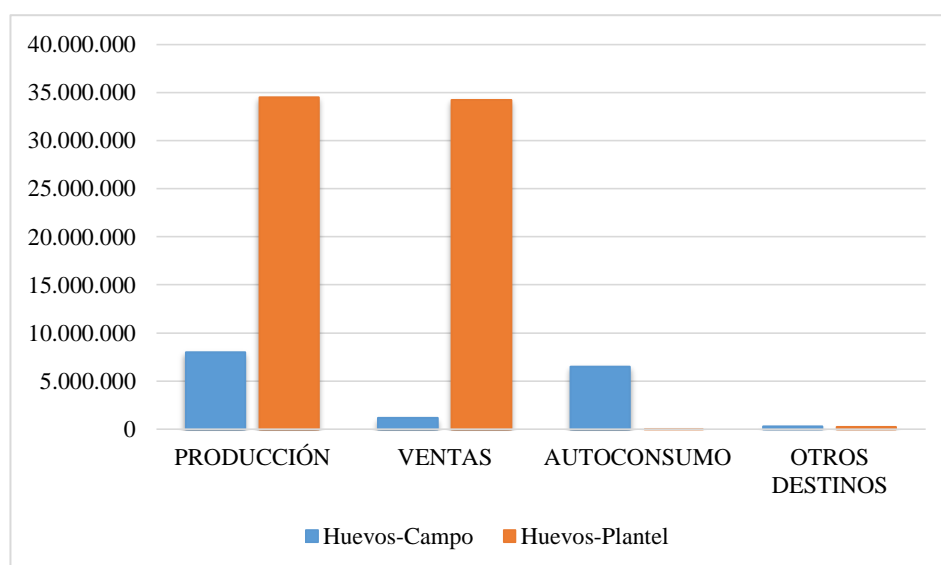
Es importante mencionar que la mayoría de las familias ecuatorianas que residen en las zonas rurales del Ecuador se dedican a la crianza de aves, ya que esta actividad les proporciona ingresos representativos para el solvento su vida diaria. Al realizar esta actividad agrícola anteriormente mencionada, se puede citar entre los varios beneficios la cooperación e inclusión del entorno familiar, y a su vez la creación de nuevas fuentes de trabajo en la localidad; ayudando a mejorar la calidad de vida de las familias y garantizando el buen desarrollo de la producción y comercialización de sus productos oferentes en el mercado.

Tabla 4 Producción de Huevos en el Ámbito Nacional

DESCRIPCIÓN	PRODUCCIÓN (Unidades)	AUTOCONSUMO (Unidades)	VENTAS (Unidades)	OTROS DESTINOS (Unidades)
Huevos-Campo	7.983.403	6.506.961	1.170.182	306.261
Huevos-Plantel	34.484.652	34.147	34.233.232	217.272

Fuente: INEC – ESPAC, (2013)

Gráfico 4 Producción de Huevos en el Ámbito Nacional



Fuente: INEC – ESPAC, (2013)

Según la información expuesta en el gráfico presentado, mediante los resultados obtenidos de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC, 2013), señalan que en el Ecuador la producción de huevos de planteles avícolas es muy alta siendo esta de 34.484.652 unidades, de los cuales 34.147 huevos sirven para el autoconsumo, 34.233.232 de huevos son destinadas para la venta y 217.272 huevos tienen otros fines. Respecto a la producción en el campo se puede observar que es de 7.983.403 huevos de los cuales 6.506.961 huevos sirven para el autoconsumo, para la venta 1.170.182 y 306.261 huevos tienen otros destinos.

La Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador (CONAVE, 2014) expone:

En este año 2015 la capacidad productiva sigue en expansión es por esta razón que el desarrollo de la industria ecuatoriana es notorio tanto en su cantidad como en su calidad con un nivel técnico elevado. El éxito de una buena avicultura radica en un manejo profesional y de excelente crianza por eso la intención del temario del aérea de producción es la de adquirir los conocimientos, destrezas y habilidades sobre los factores que intervienen en el proceso integral de la producción avícola, así como en la reproducción de incubación de las aves y manejo de huevo fértil incluyendo los temas de mejora genética de las estirpes, la tecnificación de las instalaciones, bioseguridad y faenamamiento.

1.1.2 MESO CONTEXTUALIZACIÓN

La Provincia de Tungurahua según (Naranjo & Chacon, Cecilia, 2014):

Se encuentra ubicada dentro de la Zona de Planificación 3 (ZP3), cuenta con 3.369 Km² aproximadamente, es decir, el 8% de la ZP3 y el 1% a nivel nacional, es una provincia cuya actividad es eminentemente agrícola con el 26.94% de la PEA, manufactura 18% y comercio 16.5%, los servicios concentran el 14%, el transporte el 4.64%, la construcción el 5%, servicios financieros el 0.94% y otras actividades el 12.79%, es la primera en la producción avícola, frutícola, lechugas, cebollas.

La provincia cuenta con un eminente crecimiento del sector avícola, en cuanto a la producción de huevos y pollos, por ende ha desarrollado una diversidad de industrias las cuales han contribuido al progreso social y económico que enfrenta múltiples oportunidades y amenazas en su manejo empresarial.

Según el censo realizado por la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador (CONAVE, 2014) determino:

La existencia de más de 174 planteles avícolas en la provincia de Tungurahua. La capacidad de producción de pollos de engorde es de dos millones de unidades y de ponedoras es de 5 millones. Actualmente se utiliza un 75% de la capacidad instalada. De igual manera, el 90% de la producción avícola pertenece a pequeños productores quienes tienen un sistema productivo más bien tradicional y con bajo nivel tecnológico, cerca del 50% de las tierras se destinan a la actividad agropecuaria, estando inmersa en esta la producción avícola que para la provincia de Tungurahua representa el 3% de la producción nacional.

Según el Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC, 2013) determino:

La provincia de Tungurahua cuenta con una población aproximada de 527.690 habitantes y con una demanda de productos avícolas en buena escala, pues la carne de pollo es fundamental dentro de la alimentación, ya que el pollo es un paquete de proteínas de alta calidad con pocas calorías y ricas en vitaminas, que se pueden consumir en la diaria alimentación.

Existen organismos en la provincia que tienen relación directa con la industria avícola tales como: la Asociación Ecuatoriana de Fabricante de Balanceado (AFABA) y la Asociación de Avicultores de la Sierra y del Oriente (AVSO), que ayudan a la producción y comercialización de productos avícolas con capacitaciones, charlas y conferencias para que puedan manejar eficazmente su producción y comercialización, enfocándose principalmente en cumplir retos de mejora y desarrollo, mediante los cuales los productores puedan emprender un proceso de planificación y direccionamiento de las avícolas asociadas a estos organismos de apoyo, para que obtengan mayores beneficios económicos.

Según la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC, 2013) indica:

El sector agropecuario continúa siendo de vital importancia para la economía de la provincia de Tungurahua ya que no existen restricciones socio-culturales, económicas, técnicas e institucionales que les permita tener facilidades para planificar el desarrollo sustentable del sector agropecuario.

Además, durante la última década la provincia ha vivido cambios notorios en los procesos de la economía, liberalización y apertura de mercados. Por lo tanto, el desarrollo sustentable, la operación eficiente y apertura transparente de los mercados, requieren disponer de un sistema de información estadística objetivo, confiable y, sobre todo, oportuno.

A continuación se indica las cifras estadísticas de la producción de aves y huevos establecidas por la (ESPAC, 2013), que permitirán conocer en forma numérica la

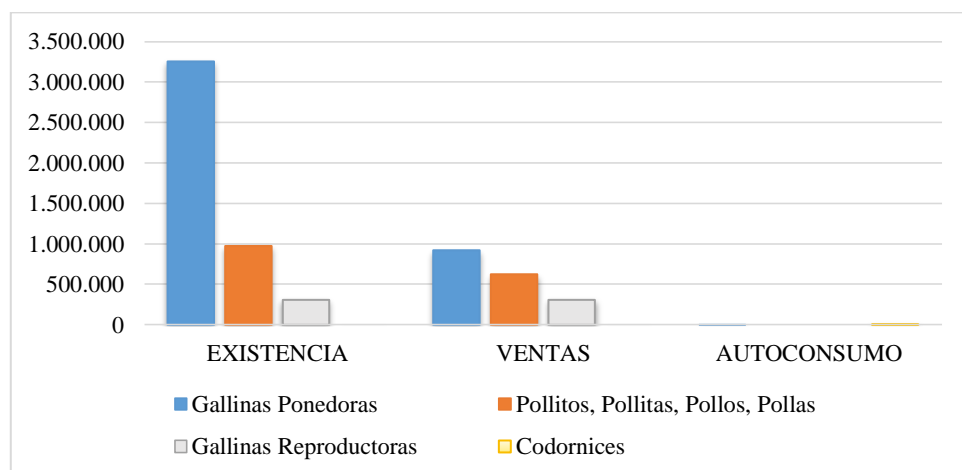
existencia, las ventas y el autoconsumo del sector avícola en la provincia de Tungurahua:

Tabla 5 Planteles Avícolas en la Provincia de Tungurahua

ESPECIE	EXISTENCIA (Unidades)	AUTOCONSUMO (Unidades)	VENTAS (Unidades)
Gallinas Ponedoras	3.254.649	343	922.439
Pollitos, Pollitas, Pollos, Pollas	976.361	0	623.349
Gallinas Reproductoras	308.546	0	308.546
Codornices	0	15	0

Fuente: INEC – ESPAC, (2013)

Gráfico 5 Planteles Avícolas en la Provincia de Tungurahua



Fuente: INEC – ESPAC, (2013)

Como se expone en el gráfico presentado, los resultados obtenidos de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC, 2013), se puede decir que en la provincia de Tungurahua en su mayoría existen 3.254.649 gallinas ponedoras en los planteles avícolas, 343 gallinas ponedoras son para autoconsumo, 922.439 aves de las mismas son para la venta. Además, cuenta con 976.361 aves como, pollitos, pollitas, pollos, pollas, las cuales 623.349 aves como estas son para la venta. Existen 308.546 gallinas reproductoras registradas para la venta.

Cabe destacar que las construcciones para el manejo de la crianza de aves son bastante simples, variando solo el diseño interno si estas son cerradas o cubiertas. Sin embargo son muy importantes, porque proveen un lugar donde puedan guardarse en horas de la noche en especial cuando hace mucho frío o llueve, así mismo en este refugio se organiza el equipo para las aves como: comederos, bebederos y nidos, aquí se abastecen de agua fresca de calidad y alimentos frescos.

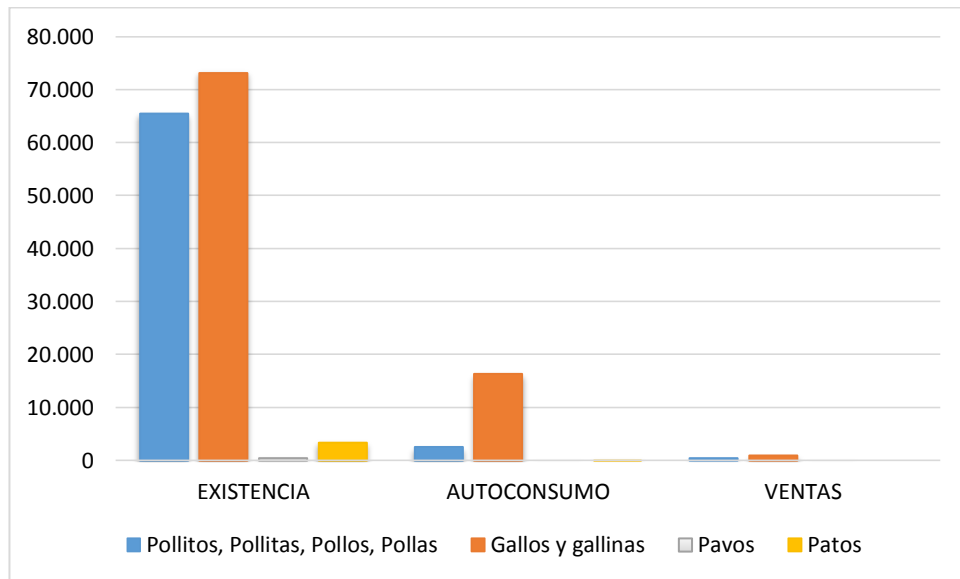
La estructura de los galpones puede ser de hierro o de madera o caña guadua, el techo de un material liviano. Puede ser una construcción totalmente cerrada o con ambiente totalmente controlado combinando madera con mallas, dependiendo de las condiciones climáticas del lugar de cría.

Tabla 6 Aves de Campo en la Provincia de Tungurahua

ESPECIE	EXISTENCIA (Unidades)	AUTOCONSUMO (Unidades)	VENTAS (Unidades)
Pollitos, Pollitas, Pollos, Pollas	65.486	2.579	444
Gallos y gallinas	73.196	16.413	1.010
Pavos	470	0	0
Patos	3.386	23	0

Fuente: INEC – ESPAC, (2013)

Gráfico 6 Aves de Campo en la Provincia de Tungurahua



Fuente: INEC – ESPAC, (2013)

Según los datos presentados anteriormente, obtenidos de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC, 2013), indican que en la provincia de Tungurahua la producción de aves de campo ascienden a 65.486 en cuanto a pollitos, pollitas, pollos, pollas, de las cuales 2.579 son para el autoconsumo y aportan con 444 aves para la venta; la producción de gallos y gallinas es de 73.196, aportan para el autoconsumo 16.423 aves y para la venta 1.010 aves. Además, cuenta con una producción de 470 pavos y 3.386 patos de los cuales 23 son destinados para el autoconsumo.

Se puede expresar que las zonas donde puede realizarse esta actividad, dependen de la cantidad de terreno disponible que posean los pequeños avicultores; a fin de que se puedan construir medianas divisiones que sirvan como refugio de las aves de campo.

Esto permite que las mismas, no solamente disfruten de un ambiente más natural, si no que parte de su alimentación la obtendrán de los forrajes frescos e insectos que logren capturar.

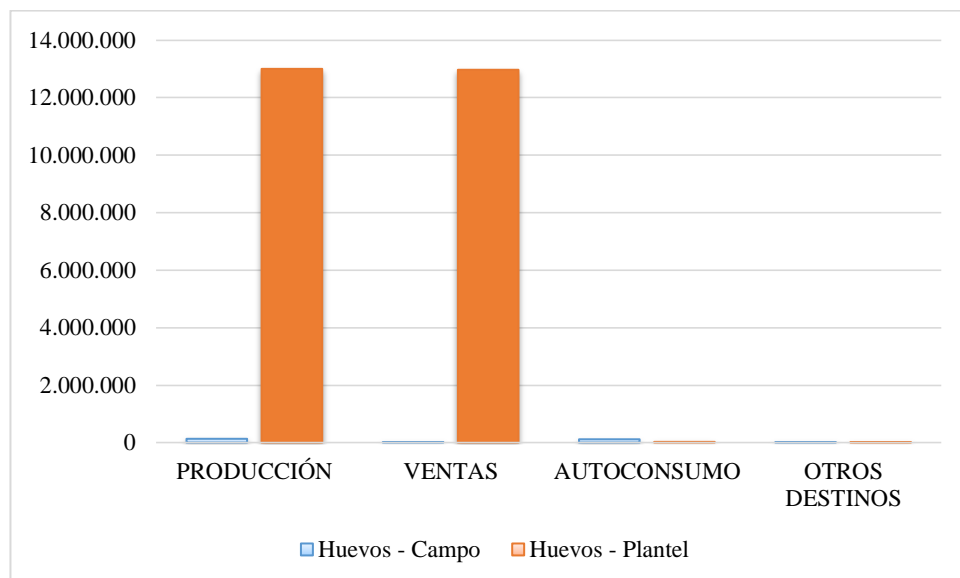
Las aves de campo, como la mayoría de los animales domésticos, necesitan pasar gran parte del tiempo en un lugar seco, por tal razón los corrales se deben ubicar, de preferencia, en un terreno con una pequeña pendiente o se deberá construir unos buenos drenajes, con el fin de que no se acumule agua y se forme charcas

Tabla 7 Producción de Huevos en la Provincia de Tungurahua

DESCRIPCIÓN	PRODUCCIÓN (Unidades)	AUTOCONSUMO (Unidades)	VENTAS (Unidades)	OTROS DESTINOS (Unidades)
Huevos – Campo	129.903	113.624	13.541	2.738
Huevos – Plantel	12.993.592	23.428	12.961.466	8.698

Fuente: INEC – ESPAC, (2013)

Gráfico 7 Producción de Huevos en la Provincia de Tungurahua



Fuente: INEC – ESPAC, (2013)

Los resultados indicados en el gráfico expuesto, obtenidos de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC, 2013), demuestran que en la provincia de Tungurahua la producción de huevos de planteles avícolas es muy alta siendo esta de 12.993.592 unidades, de los cuales 23.428 huevos sirven para el autoconsumo, 12.961.466 huevos son destinados para la venta y 8.698 huevos tienen otros fines. Respecto a la producción en el campo es de 129.903 huevos de los cuales 113.624 huevos sirven para el autoconsumo, para la venta 13.541 huevos, y 2.738 huevos tienen otros destinos.

1.1.3 MICRO CONTEXTUALIZACIÓN

El cantón Píllaro cuenta al momento con 4 planteles avícolas, los cuales se encuentran concentrados en diferentes parroquias, entre ellas tenemos, Parroquia San Andrés, Presidente Urbina y Ciudad Nueva, lugares muy adecuados para el desarrollo de producción ya que cumplen con los requerimientos necesarios para su funcionamiento, contando con un clima privilegiado y suelos aptos para la construcción de infraestructura, dedicándose así a la elaboración de alimento balanceado, la crianza y engorde de aves de postura, venta de huevos y pollos, las avícolas sujetas a la investigación formalmente constituidas son: Avícola Mayorga, Avícola Anahí-Andrea Espín, Avícola Santa Lucía, Avícola El Placer.

Uno de estos productores ha visto la necesidad de pertenecer a gremios según la demanda de fabricación de balanceado como la Asociación Ecuatoriana de Fabricantes de Alimentos Balanceados para Animales (AFABA, 2015), Asociación de Productores Pecuarios de la Sierra Central (ASOPEC, 2015), Asociación de Fabricantes de Alimentos Balanceados y Avicultores de Tungurahua (FABAT, 2015), que tiene como fin importar materia prima como el maíz y soya para defender las necesidades de los agroindustriales. Desde entonces los productores avícolas se han concentrado agotando esfuerzos para adaptarse a los constantes cambios que se han producido en la industria, invirtiendo en mejores tecnologías y poniendo en práctica las medidas innovadoras necesarias para ser una industria que hace y apunta a lo mejor.

Mejorar la productividad se ha convertido en una clave fundamental para los avicultores del cantón, ya que existen ciertos parámetros que deben ser entendidos y analizados, tomando en cuenta no solo la calidad sino el proceso productivo al que se encuentran sometidas las gallinas ponedoras; el mismo que cuenta con las siguientes fases:



Gráfico 8 Fases de Proceso Productivo de las Aves

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Dentro de las características de calidad de los productores se define un perfil específico de acuerdo a sus clientes y a la seguridad alimentaria que exige un control por entidades oficiales.

De esta realidad actual las avícolas tienen como problema una inadecuada fijación del precio de venta en sus productos, debido a que la determinación del costo de producción no es el más apropiado y por ende no conocen el precio adecuado de sus productos para venderlos en el mercado local como provincial.

La importancia de una correcta fijación del precio de venta radica en que este permitirá a los avicultores entender adecuadamente los costos que incurren en el proceso productivo de huevos, con esto también se podrán prevenir errores poco evidentes en el proceso de producción, identificar los principales puntos críticos y alcanzar el éxito esperado.

El desconocimiento de la determinación de los costos de producción es originada debido a que la empresa no determina adecuadamente el costo que incurre la producción y comercialización de la actividad que desempeñan por el desconocimiento de los múltiples métodos que existen para dicha valoración de los productos avícolas, teniendo como consecuencia que el precio de venta sea fijado inapropiadamente.

Las ineficientes estrategias de comercialización inducen a que las ventas sean mínimas, por lo cual el producto ofertado no tiene posicionamiento en el mercado provocando que las ventas de los productos avícolas sean mínimas.

La adquisición de materia prima a precios elevados genera que los productos de las avícolas no sean competitivos, razón por la cual dichos planteles llegan a obtener utilidades mínimas en un tiempo determinado al finalizar sus ejercicios económicos.

Los canales de distribución no determinados llevan a obtener clientes insatisfechos por lo cual se ven obligados a adquirir productos que se encuentran al alcance de sus manos en tiempos de entrega más rápidos. Además, conlleva a que las avícolas

tengan un elevado índice de huevos empacados disponibles para la venta en almacenamiento causando así una pérdida significativa de dinero para la misma.

La limitada utilización del espacio físico en las avícolas productivas, llevan como consecuencia un gran desperdicio de Recursos Humanos tanto como de los Recursos Materiales ya que no están aprovechando al máximo su capacidad de producción y por ende está obteniendo pérdida de dinero invertido en los recursos humanos y materiales innecesarios.

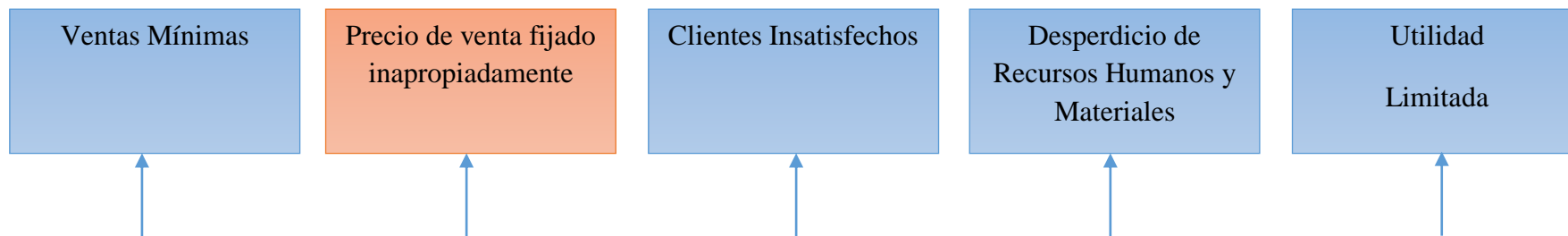
El sector avícola en el cantón Píllaro se dedica a la producción y comercialización de huevos, por esta razón se debe encontrar alternativas necesarias de solución a la problemática planteada para minimizar riesgos siendo uno de estos el ofertar a los clientes productos y servicios de mala calidad.

Al no poder establecer un método adecuado para la determinación de costos de producción, la fijación del precio de venta de los productos serían afectados directamente provocando significantes pérdidas monetarias y afectando a la situación económica de los productores y por ende de todos quienes dependen de ellos.

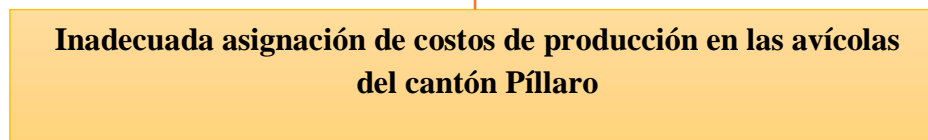
Los planteles avícolas en ocasiones debido a varios factores, para mantener la fidelidad de sus clientes prefieren optar por minimizar su utilidad, con el objeto de mantener el precio de venta de su producto hacia los consumidores. Por esta razón dichos planteles se estarían enfrentando a una iliquidez, llevándoles a no cumplir las obligaciones con sus empleados y proveedores. Además, al disminuir su estabilidad financiera podrían alcanzar a determinado plazo el cierre parcial de los establecimientos, sin poder brindar más fuentes de trabajo.

Gráfico 9 Árbol de Problemas

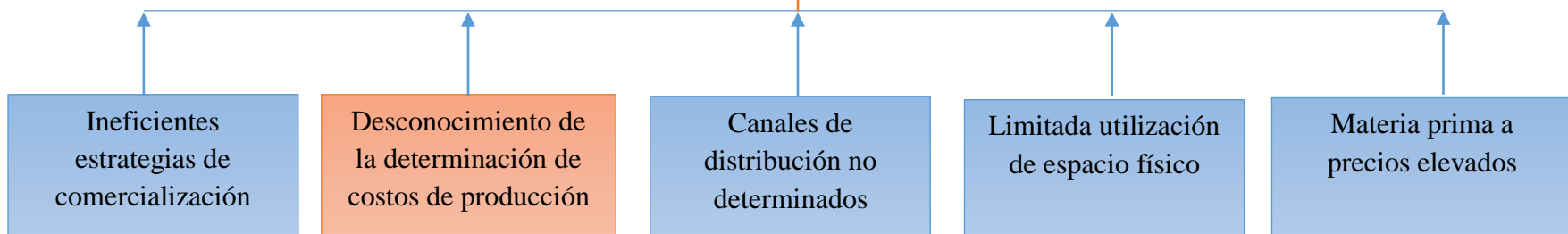
Efectos: Variable Dependiente



Problema



Causas: Variable Independiente



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de campo

1.1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide la determinación de costos de producción en la Fijación del precio de Venta en el sector avícola del cantón Píllaro?

Variable Independiente: Determinación de costos de producción.

Variable Dependiente: Fijación del precio de venta

1.2 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación va enfocada a establecer un control adecuado de cada uno de los elementos del costo que intervienen en el proceso productivo, así como también fomentar una correcta fijación del precio de venta en el sector avícola del cantón Píllaro, con la intención de que este precio sea conveniente para expender los huevos en el mercado. Además, facilitara a los propietarios información contable adecuada que les permitirá incrementar su utilidad.

La aplicación de un método adecuado para la determinación de costos de producción es de gran importancia ya que aportara a la realización de un análisis de los costos que incurren en la producción de huevos con claridad y con altos grados de confiabilidad, atribuyendo al establecimiento correcto de los precios de comercialización, tomando en cuenta que los mismos estén acorde con los cambios del mercado para poder así alcanzar un mayor nivel de competitividad de tal manera que se propicie un crecimiento, logrando así los objetivos planteados y metas a alcanzar.

Esta investigación es de gran utilidad porque permitirá a las avícolas determinar los costos de producción de una manera técnica y acorde con los principios de contabilidad generalmente aceptados, lo cual presume una modernización en los sistemas administrativos y contables. Esto les ayudará a ser más productivos optimizando tiempo, esfuerzo y recursos; logrando mejorar y crecer en el ámbito

productivo, aportando así mayores ingresos a sus establecimientos incentivando a los propietarios a invertir en tecnología de punta para mitigar el impacto ambiental.

Los beneficios al implementar un método para determinar los costos de producción en las avícolas ubicadas en el cantón Píllaro dedicadas a la producción y comercialización de huevos desde hace varios años, serán proporcionar valiosos conocimientos teóricos y prácticos que ha recibido el investigador durante su ciclo académico.

Esta investigación se justifica por la factibilidad que tiene para su realización, pues se dispone del tiempo suficiente para su desarrollo, acceso a las fuentes de información, posibilidad de aplicar los diferentes instrumentos de investigación y de disponibilidad de recursos humanos, materiales, tecnológicos y sobre todo voluntad para cumplir el trabajo.

La determinación de un método de costos de producción ayudará a los planteles avícolas en varios aspectos como, generar un impacto monetario positivo como también optimizar esfuerzos para lograr mejores niveles de calidad, costos o servicios que incrementen su competitividad satisfactoriamente y la permanencia en el mercado.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Examinar la influencia de la determinación de los costos de producción en la fijación del precio de venta en el sector avícola del cantón Píllaro para la obtención de una adecuada asignación de los costos en la producción de huevos.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar el método de asignación de los costos de producción analizando los elementos del costo de manera individual para el control de los procesos productivos en el sector avícola del cantón Píllaro.

- Determinar los factores más relevantes que intervienen en la fijación del precio de venta evaluando las mediciones porcentuales para identificar el nivel de competitividad del mercado en el sector avícola del cantón Píllaro.
- Definir los lineamientos de un Sistema de Costos por Procesos acorde a las necesidades del sector avícola en el cantón Píllaro permitiendo determinar de una manera eficiente los costos de producción asignados en el proceso productivo para establecer un método de fijación de precio de venta competitivo en el mercado.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Luego de haber realizado una visita preliminar a las cuatro avícolas existentes en el cantón Píllaro que ejercen una actividad agroindustrial de manera formal se determinó la existencia de investigaciones no relacionadas al tema de estudio propuesto, lo que permitirá que esta investigación tenga un enfoque innovador y de gran ayuda para la estabilidad productiva y empresarial, con mira a un futuro exitoso.

En la investigación efectuada al listado de los proyectos y tesis que reposan en la Biblioteca de la Facultad de Contabilidad y Auditoría se puede observar que no existe específicamente un proyecto con las características del que se va a desarrollar, sin embargo se ha encontrado varios trabajos cuyos contenidos puede guiar en el desarrollo del proyecto planteado.

Tomando información de (Gonzanga, 2011) en su tesis “Costos De Producción Avícola de Los Caseríos Terremoto y Santa Cruz de la Parroquia Picaihua y su Incidencia en los Niveles de Ingresos en el Año 2010”, trabajo que reposa en la Universidad Técnica de Ambato del Ecuador en la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Llego a determinar las siguientes conclusiones:

- Resulta claro establecer que los costos de producción inciden en los niveles de ingresos de los productores avícolas. En el sector avícola, la carne de pollo es un bien de primera necesidad y quienes lo consumen lo hacen en grandes cantidades y no en forma ocasional, de forma que tiene una recuperación casi inmediata en el corto plazo, sin embargo, sus costos son altos. La problemática parte de la cadena, en el primer eslabón, por los bajos rendimientos en la producción de maíz duro. A pesar de que las principales materias primas (maíz y soya) tienen un precio oficial, los

precios de los productos terminados como la carne de pollo. Los fija el mercado, según la oferta y la demanda afectando así a los pequeños productores.

- En esta investigación se ha establecido que existe poco conocimiento en la producción de pollos ya que se está incidiendo en gastos excesivos de insumos avícolas que van en un promedio de \$2885,26 para un promedio de 622 pollos lo que incrementa sus costos, llevando de esta manera a la reducción de los niveles de producción. También debido al poco conocimiento en aplicación de las vacunas la gente incide en gastos exagerados. Incidiendo de esta manera para que la gente abandone este tipo de producción, que en mejores condiciones puede ser un modo de subsistencia para las familias.

En el sector avícola del cantón Píllaro es altamente necesario establecer los costos de producción ya que inciden notablemente en la fijación del precio de venta de sus productos, por este motivo es importante conocer temas relacionados con la producción de pollos ya que puede ser que algunos planteles avícolas estén incidiendo en gastos de producción innecesarios, por esta razón mediante la información presentada en esta tesis puede ayudar a tomar decisiones más acertadas que ayuden al mejoramiento y desarrollo de los planteles avícolas.

Haciendo énfasis a (Chacha, 2011) en su tesis” La Determinación de los Costos De Producción y su Incidencia en los Resultados de PRODUAVE CIA LTDA de la Ciudad De Riobamba”, trabajo que reposa en la Universidad Técnica de Ambato del Ecuador en la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Llego a determinar las siguientes conclusiones:

- La determinación empírica de los costos de producción de “PRODUAVE” CIA LTDA, afecta de manera directa a los resultados económicos de la empresa, en vista de que la empresa carece de un sistema formal de acumulación de costos que le permita a ésta, contar oportunamente con la información necesaria para proceso de toma de decisiones gerenciales.
- No existe un sistema de control de los elementos del costo, como es el caso de la Materia prima directa, especialmente del balanceado que tiene el costo más representativo dentro del costo de producción, mano de obra

directa y costos generales de fabricación, que le permita a la empresa distribuir y asignar dichos costos a los lotes de producción de cada granja.

- En el proceso contable no se ha identificado adecuadamente los elementos del costo para poder determinar correctamente los costos de producción.
- A nivel del proceso productivo no existe un control de la recepción de los pollitos bb, de la mortalidad de los pollos durante el proceso y del consumo del balanceado de cada lote de pollos, donde ocasiona pérdidas considerables a cada lote de pollos, y por ende afectando a los costos de producción de cada lote.
- En el cálculo de los costos de producción de cada lote de pollos, no se considera el costo total de la mano de obra, ya que solo consideran el sueldo y no los beneficios sociales, y no tiene un control de asistencia especialmente de los encargados de cada galpón.
- Para el cálculo de los costos de producción de cada lote de pollos, no considera los valores por depreciaciones, energía eléctrica y agua potable. (pág.109-110)

Las conclusiones de esta tesis son de gran utilidad e importancia para este trabajo de investigación realizándose en el sector avícola del cantón Píllaro ya que se va a determinar un sistema de costos de producción para que permita establecer un costo más detallado de la producción de huevos y pollos. Además, guiaran a identificar claramente los elementos que intervienen en el proceso productivo, para clasificarlo en materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación llevando así un proceso contable adecuado.

Según indica (Rodríguez M. , 2011) en su tesis “El Método para la Determinación de Costos de Producción y su Relación con la Toma De Decisiones en la Empresa INCUBANDINA S.A.”, trabajo que reposa en la Universidad Técnica de Ambato del Ecuador en la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Llego a determinar las siguientes recomendaciones:

- Considerando la necesidad de la administración de la empresa INCUBANDINA S.A. en adoptar otro método para la determinación de los costos de producción, se recomienda que se realice los estudios pertinentes para establecer claramente los rubros que componen los tres

elementos del costo, así como los valores correspondientes a cada uno de ellos.

- Así también se recomienda que establezca para que motivos considera los costos de producción para la toma de decisiones, con el fin de que los datos obtenidos con el nuevo método de costeo a aplicarse, brinde toda la información que se requiera para este efecto.
- Para facilitar la elaboración de una metodología de aplicación del sistema de costeo estándar, se recomienda establecer: flujo de cada uno de los procesos que muestren las transacciones a reflejarse en contabilidad, los registros contables idóneos para esta revelación y los costos estándar apropiados para cada proceso. (pág.80-81)

Las recomendaciones planteadas en esta investigación proporcionan información significativa para el desarrollo de este trabajo de investigación en el sector avícola del cantón Píllaro ya que se debe establecer costos de producción más detallados para la toma de decisiones, el propósito principal en esta investigación es determinar un sistema de costos de producción para obtener datos que brinden información razonable que se requiera para este efecto.

Tomando información de (Mera, 2011) en su tesis “Los Costos y su Influencia en la Fijación de precios de las comidas y bebidas del restaurante de la Hostería Bascún en el año 2011”, trabajo que reposa en la Universidad Técnica de Ambato del Ecuador en la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Llego a determinar las siguientes conclusiones:

- No posee un sistema de costos específico para el área de restaurante, lo cual dificulta una fijación de precios acorde a los costos incurridos y a la utilidad deseada por sus administradores, tanto en las comidas como en las bebidas ofrecidas en su menú.
- Utiliza como técnica para fijar precios de las comidas y bebidas de su restaurante, el basarse en el mercado; cerca del 80% de hoteles que poseen restaurantes en la ciudad de Baños de Agua Santa no tiene un sistema de costos como base para un precio, además un 43,85% concuerda exactamente en estos precios; razón por la cual se han manejado concepciones erróneas y sin base para una adecuada toma de decisiones.

- Posee gran cantidad de información en lo concerniente a los costos totales de Materia Prima y Mano de Obra utilizada durante un periodo para la fabricación de sus comidas y bebidas, al igual que los encuestados; lo que no representa que se obtenga costos de cada uno de estos productos ofrecidos, se debe seleccionar un sistema de costos con procedimientos correctos para la asignación de estos costos total hacia cada comida y bebida preparada.
- La determinación de los costos indirectos en este tipo de actividad conlleva un profundo análisis, el tomar en cuenta cada uno de estos costos al igual que su valoración y asignación representan la mayor dificultad al momento de seleccionar un costo individual para cada producto ofrecido. Las conclusiones de este trabajo investigativo son de gran importancia, ya que lleva al investigador a enfocarse primordialmente a que si una empresa no posee un sistema de costos, dificulta directamente a la fijación del precio de venta adecuado, por ende no podría haber satisfacción con las utilidades que percibe la empresa, por esta razón es importante implementar un método de determinación de costos de producción para que exista la posibilidad de minimizar costos e incrementar los ingresos económicos. (pág.99-100)

Tomando como referencia información de (Pozo, 2011), en su tesis “Incidencia de los Sistemas de Costos en la Fijación de Precios de la Asociación de Productores Agropecuarios “Unión Libre”, trabajo que reposa en la Universidad Técnica de Ambato del Ecuador en la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Llego a determinar las siguientes recomendaciones:

- Una de las principales recomendaciones que se puede manifestar, sin duda alguna es un cambio de mentalidad, tanto de trabajadores, directivos, y socios, en razón de que se debe descartar la filosofía de que la contabilidad de costos representa únicamente una herramienta que permita elaborar balances financieros.
- La asociación debe adoptar un sistema adecuado de contabilidad, que permita controlar la materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación, estableciendo documentos y formularios para el uso y control de los elementos del costo de producción.
- Luego de una investigación previa, con empresas afines a la investigada, y de mantener charlas con expertos en la materia de costos, se recomienda implementar un sistema de costos (costos por órdenes de producción) el mismo que le permita optimizar sus recursos y sobre todo obtener el costo real del producto terminado, para en base a este reestructurar el precio de venta actual. (pág.89-91)

Haciendo hincapié a las recomendaciones dadas, el investigador deduce que siempre es necesario adoptar un sistema de costos adecuado para la empresa ya que es totalmente necesario ya que se lleva un control de todos los procedimientos, costos y gastos que intervienen en la elaboración de un producto, para obtener un producto terminado excelente y a través de esto fijar el precio de venta correcto para que sea acogido en el mercado.

Para (Mélean, b, Bonomie, M, & Rodríguez, G, 2008) en su investigación “Procesos productivos de la industria avícola zuliana: Fases de alimento, engorde y beneficio” indica las siguientes conclusiones:

- Los procesos de producción constituyen la médula espinal en cualquier organización industrial por lo cual se considera importante su análisis, resaltando factores productivos fundamentales: tecnología de producción y fuerza de trabajo.
- En lo que respecta a la tecnología de producción, aunque la tendencia en el mundo empresarial, es adoptar tecnología de vanguardia para incrementar la productividad y competitividad de sus procesos, ésta en las fases analizadas, es escasa.
- En las plantas de alimento, sólo una de las empresas (Agronivar) cuenta con la automatización de sus instalaciones, mientras que el resto de plantas alimentarias las tienen mecanizadas. Es importante destacar que a pesar de la tecnología existente, la fuerza de trabajo en esta fase es necesaria para apoyar manualmente algunas etapas del proceso; esto hace que las empresas mantengan mano de obra no calificada para realizar actividades relativas a mediciones de algunos ingredientes, supervisión. En el caso de la empresa con tecnología automatizada, se requiere mano de obra con ciertos niveles de calificación para la programación de las máquinas. Esto se constituye en una ventaja competitiva para la empresa Agronivar si se consideran los costos y la productividad que con el apoyo tecnológico ha alcanzado su planta de alimento.
- Por último, la operatividad de las plantas de beneficio de las empresas abordadas, es similar entre ellas; la tecnología de producción es mecanizada representada por una cadena transportadora y la fuerza de trabajo es no calificada e intensiva, desempeñando su trabajo en situaciones riesgosas y adversas.
- A pesar de que la tendencia mundial en las empresas del siglo XXI, es desplazar el trabajo manual de los procesos de producción por tecnologías automatizadas, en las empresas analizadas, esto no se evidencia en gran

medida. En las granjas de engorde y las plantas de beneficio esta tendencia no se ha radicalizado; gran porcentaje de los procesos requieren mano de obra no calificada y en grandes cantidades (plantas de beneficio), lo que evidencia la importancia que tiene la fuerza de trabajo en el desarrollo de procesos de producción. Estas empresas a pesar de los avances tecnológicos, conservan aun la tradición del trabajo manual.

- En términos generales, se puede concluir que los procesos productivos desarrollados en las fases de alimento, engorde y beneficio de las empresas analizadas son ligeramente similares, existiendo variaciones mínimas con respecto a los factores de producción analizados.
- La idea fundamental radica en hacer los procesos productivos más eficientes y competitivos manteniendo un equilibrio entre la tecnología de producción y el conocimiento necesario para desarrollar procesos de trabajo con ventajas competitivas difíciles de superar; se debe pensar en tecnologías de producción que apoyen el trabajo el hombre en lugar de destruirlo.

De acuerdo a (Ríos & Gómez, Liliana, 2008) en su estudio realizado, “Análisis de costeo para un sistema de producción de lechería especializada un acercamiento al análisis económico en ganadería de leche: estudio de caso” deducen en como conclusiones y recomendaciones:

- Como se desprende del análisis realizado en el estudio de caso, la información oportuna y confiable se constituye en el elemento esencial para el monitoreo de los elementos de costos que entran a participar en cada uno de los procesos productivos del hato; es por ello que la administración de la finca La Pradera, necesita de un sistema de información contable, como son los centros de costos y de utilidades, que permitan registrar los datos necesarios para la toma de decisiones.
- La finca La Pradera cuenta con información suficiente para llevar a cabo el seguimiento y control de los procesos productivos y de los elementos de costos que se generan allí, lo que facilita la adopción de esta herramienta contable y administrativa para medir con eficiencia sus resultados.
- La gerencia de la finca La Pradera deberá apropiarse de esta herramienta de estructuración de centros de costos y de utilidades para lograr el óptimo funcionamiento de sus procesos y poder así, facilitar información confiable para la toma de decisiones.
- La falta de planeación y de un buen sistema de información contable es la principal falencia encontrada en el estudio de caso.

Enfatizando a (Rubio, Alfonso, Ana, Grijalba, Mario, & Pérez María, 2014) en su investigación realizada “Determinación de los costos de producción de la fresa cultivada a campo abierto y bajo macrotúnel” llegaron a establecer las siguientes conclusiones:

- La mano de obra es un factor productivo intensivo para el cultivo de la fresa puesto que representa cerca del 58% de los costos de producción variables, siendo la actividad de poda y cosecha las que más demandan este recurso.
- En cuanto al manejo fitosanitario, el moho gris causado por el patógeno *B. cinerea* es una de las principales causas de la pudrición del fruto de la fresa tanto a CA como bajo MT, ocasionando pérdidas en mayor medida a CA. La incidencia del mildew polvoso causado por *S. macularis* fue mayor bajo MT, así como la presencia de ácaros plaga.
- De manera general, el muestreo MIPE y las podas como las principales estrategias combinadas con el manejo químico, generaron impacto en los costos de la utilización de agroinsumos, ya que hubo un remplazo en los costos, utilizando más mano obra en muestreo y podas, y menos en la aplicaciones de control.
- La relación de la mano de obra y la frecuencia de aplicaciones de agroinsumos para el control de plagas y enfermedades con respecto a la etapa fenológica del cultivo permiten tener una apreciación del momento en el cual el cultivo es más vulnerable por lo cual es adecuado tomar medidas preventivas para reducir las pérdidas en la fase de cosecha.
- En cuanto a los costos acerca de manejo fitosanitario el manejo de *B. cinerea* y las pérdidas obtenidas a CA en comparación con la implementación de los MT hace que implementar esta tecnología sea viable para los productores de fresa.

Tomando información de (Gómez O. , 2011) en su estudio “Los costos y procesos de producción, opción estratégica de productividad y competitividad en la industria de confecciones infantiles de Bucaramanga” revela como conclusiones las siguientes:

- Las empresas analizadas del sector industrial de confecciones infantiles de Bucaramanga hasta el momento no cuentan con la suficiente capacidad instalada para fabricar la totalidad de la producción en planta propia. Como opción estratégica recurren a la producción a través de talleres

satélites; a pesar de que se reconoce que la calidad y oportunidad en la entrega se pone en riesgo cuando utilizan este medio de producción, por perder en parte los controles a dichos procesos.

- No todo es negativo en la producción externa, un beneficio de esta modalidad es la baja inversión en activos fijos y en contratación del recurso humano. En los casos en los que existe poca disponibilidad de capital, esta se considera una buena opción a utilizar en los procesos de fabricación al no tener que invertir en estos medios de producción, lo que trae consigo fortalecer el capital de trabajo en la organización.
- En relación a la estructura de costos en estas organizaciones es posible resaltar que no aplican sistemas de costeo moderno, estos se soportan en sistemas tradicionales los cuales no son muy bien elaborados. Se evidencia que en estas organizaciones predominan la aplicación de sistemas de costeo por órdenes de producción y a su vez integran a los costos de producción importes por materias primas, mano de obra y otros costos generales de fabricación. Estos últimos los asignan a través de una tasa predeterminada.
- Si bien es cierto que llevan a cabo una metodología de costeo las bases de cuantificación son débiles, principalmente lo hacen a partir de la experiencia y descuidan otras variables que pueden contribuir para determinar un costo más ajustado a las condiciones en las que operan estos negocios. A pesar de las limitaciones con las que costean, se ajustan a un sistema de costeo total y acumulación de costos por órdenes de producción (88%), considerada adecuada por la forma de planeación y programación de la producción, la cual se realiza con base en pedidos de clientes y cambios de colección.
- En cuanto a las estrategias para el control y minimización de costos se concentran principalmente en el buen desempeño del recurso humano a través de la curva de experiencia, incrementos en los niveles de producción y la tecnología aplicada a los procesos. En buena parte estas organizaciones carecen de herramientas de tecnología de punta, aunque poseen máquinas especializadas. Una de las fortalezas es la que se refleja en el conocimiento del recurso humano expresado en la producción artesanal de alta calidad, con diseños innovadores, elementos que se convierten en el valor agregado para competir en el mercado con productos diferenciados.
- Finalmente cabe anotar que como producto de los resultados de la investigación se inició una segunda fase que tiene como finalidad contribuir con la productividad y competitividad de este sector, especialmente en las micros y pequeñas empresas, a través de un proceso de intervención con el diseño e implementación de una estructura de costos de producción, ajustada a sus necesidades, con el apoyo de una herramienta tecnológica que facilite el manejo y control de los mismos.

Según (Cuevas, SciELO, 2002) en su estudio realizado, “FIJACIÓN DE PRECIOS Costo Plus (Costo más margen) y Target Costing (Costeo Objetivo)” deduce como conclusión:

- Mientras una fórmula puede usarse para determinar el margen sobre el costo, no es posible desarrollar una fórmula indicando cómo lograr un costo objetivo. Por lo tanto, el costeo objetivo no es una técnica. El es más una filosofía o un enfoque para fijar precios y manejar costos. Asume un enfoque proactivo en el manejo de los costos, reflejando la convicción de que los costos son mejor manejados cuando las decisiones se toman durante el desarrollo de los productos. Esto contrasta con la pasiva creencia del costo más un margen que deriva los costos de los resultados del diseño, elaboración y manufactura.
- En la misma forma que lo hace la cadena de valor, el costeo objetivo ayuda a orientar a los empleados hacia el consumidor final y refuerza la idea de que todos los departamentos dentro de la organización y toda la organización a lo largo de la cadena de valor deben trabajar unidos. Él pues, ayuda de manera eficaz a que los empleados comprendan mejor su papel en el servicio al cliente.
- En resumen el costeo objetivo para la fijación de precios tiene numerosas ventajas sobre el enfoque del costo más un margen. Primero el target costing se enfoca sobre el mercado y el cliente. Un producto no es fabricado a menos que la compañía esté razonablemente segura de que los clientes querrán comprarlo, al precio proporcionado por la compañía y que le rendirá a ésta una adecuada utilidad. Segundo, el costeo objetivo insiste mucho más en el manejo gerencial y estratégico de los niveles de costos, lo que seguramente resultará en productos menos costosos y atractivos al cliente. El costo objetivo crea presión continua para eliminar costos innecesarios. En el costo más margen hay usualmente poca presión para controlar los costos, puesto que a mayor costo, mayor precio. Esto lleva en ocasiones a que diseñadores e ingenieros creen productos con características costosas, que el cliente realmente no está dispuesto a pagar. Debido a estas ventajas, más y más compañías están abandonando el enfoque del cost plus a favor del target costing.

El investigador luego de analizar los estudios anteriores mencionados indica que el costo de producción es una herramienta básica que se necesita para poder dirigir una empresa con éxito, porque su estudio mide la eficiencia de los recursos o elementos que incurren en la elaboración de un producto o servicio. El costo de producción consiente en saber si se está utilizando y controlando adecuadamente los recursos

una empresa, así como también evalúa el cumplimiento de la tecnología utilizada y la calidad de los servicios ofrecidos.- Al implementar un sistema de costeo es necesario conocer a que se dedica la empresa para poder identificar los procesos que se lleven a cabo y de acuerdo con la teoría de los costos plantear los instrumentos que permitan identificar y registrar los componentes de costo: mano de obra, materiales y costos indirectos de la fabricación aplicables a cada proceso y por ende fijar un precio de venta competitivo y al alcance del mercado objetivo.

El sistema de costeo por procesos se debe utilizar en las industrias donde su producción es continua y de gran volumen, independientemente de lo que produzcan ya que tienen que pasar por uno o más procesos para la transformación de la materia, donde los costos van sumándose en la medida que avanzan los procesos de producción.

2.2 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO - TÉCNICA

2.2.1 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

El presente proyecto se sustenta en el paradigma crítico-propositivo por los siguientes aspectos:

2.2.1.1 Paradigma crítico-propositivo

Tomando como referencia la información de (Herrera, Medina, Arnaldo, & Naranjo, Galo, 2004) indican:

La ruptura de la dependencia y transformación social requiere de alternativas coherentes en investigación; una de ellas es el enfoque crítico-propositivo, Crítico porque cuestiona los esquemas molde de hacer investigación que están comprometidas con la lógica instrumental del poder, porque impugna las explicaciones reducidas a casualidad lineal.

Propositivo en cuanto la investigación no se define en la contemplación positiva de los fenómenos, sino que además plantea alternativas de solución construidas en un clima de sinergia y pro actividad. Este enfoque privilegia la interpretación, comprensión y explicación de los fenómenos sociales en perspectiva de totalidad.

La investigación está comprometida con los seres humanos y su crecimiento en la comunidad de manera solidaria y equitativa, por eso propicia la participación de los actores sociales en calidad de protagonistas durante todo el proceso de estudio. (pág.98)

El trabajo investigativo estará apegado a principios fundamentales del ser humano tales como: la honradez científica, metodología, ética moral, rectitud en los diferentes procesos.

Según lo mencionado anteriormente el investigador expresa que la presente investigación se sitúa en el paradigma Crítico – Propositivo, ya que crítico analiza la realidad de la determinación de los costos de producción y la fijación del precio de venta de los huevos a los consumidores, es decir examina las causas y los efectos de la investigación y propositivo porque formula lineamientos a seguir para dar solución a la problemática encontrada en la misma.

2.2.2 FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA

Tomando como referencia la información de (Orozco, 2014) indica:

El concepto quiere decir en realidad que los métodos de investigación que resultan cuestionables, deben seguir un modelo aplicable, que sirva como referencia para la realización de diversos estudios en un área comprendida. La metodología comprende el amplio estudio con observación rigurosa, por lo tanto, la metodología es el conjunto de métodos que rigen una investigación científica o en una exposición doctrina; en el proyecto de investigación se empleara la siguiente técnica (Encuesta).

Haciendo énfasis a lo anteriormente expuesto el investigador puede decir que la fundamentación metodológica es una pieza esencial en la investigación que va a ser realizada ya que permite sistematizar procedimientos, métodos y técnicas que van a

ser utilizados en el desarrollo de la investigación para analizar el problema encontrado en su totalidad.

2.2.3 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

Según información de (Sainz, 2010) deduce:

Fundamentar es dar conocimientos verdaderos en forma seria, pedagógicamente adecuada, para reducir el riesgo de caer en falsedad, error o equivocación, con el fin de explicar el porqué de las cosas y darles veracidad y credibilidad. Fundamentar es enseñar hechos, principios y leyes que estén comprobados.

La fundamentación científica es la base de la planeación, ayuda a diagnosticar y resolver problemas con validez y seguridad; puede tener diferentes ópticas complementarias: economía, psicología y filosofía entre otras, que le dan las ventajas de universalidad, transdisciplinariedad y más.

Con la información antes expresada el investigador puede decir que la fundamentación científica es aquella que proporciona beneficios ya que al fundamentar un trabajo investigativo permite un fácil entendimiento de la estructura y sistematización del trabajo realizado.

2.2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La base legal en la cual se fundamenta la investigación son:

Según las (Normas Internacionales de Contabilidad 2, 2013), en Medición de Inventarios señala los siguientes párrafos:

Los inventarios se medirán al costo o al valor neto realizable, según cual sea menor.

Costo de los inventarios

10 El costo de los inventarios comprenderá todos los costos derivados de su adquisición y transformación, así como otros costos en los que se haya incurrido para darles su condición y ubicación actuales.

Costos de adquisición

11 El costo de adquisición de los inventarios 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 costos 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 costo de adquisición.

Costos de transformación

12 Los costos de transformación de los inventarios comprenderán aquellos costos directamente relacionados con las unidades producidas, tales como la mano de obra directa. También comprenderán una parte, calculada de forma sistemática, de los costos indirectos, variables o fijos, en los que se haya incurrido para transformar las materias primas en productos terminados. Son costos indirectos 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 obtenida, tales como los materiales y la mano de obra indirecta.

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

Costo de los productos agrícolas recolectados de activos biológicos

20 De acuerdo con la NIC 41 Agricultura, los inventarios que comprenden productos agrícolas, que la entidad haya cosechado o recolectado de sus activos biológicos, se medirán, en el momento de su reconocimiento inicial, por su valor razonable menos los costos estimados en el punto de venta, considerados en el momento de su cosecha. Este será el costo de los inventarios en esa fecha, para la aplicación de la presente Norma. (pág. 619-620)

Basado en la (Ley Organica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2014) en su capítulo I Objeto y Ámbito, y Capítulo II Régimen de regulación y control, Sección 2 Del poder de mercado, indica:

Art. 2.- Ámbito.- Están sometidos a las disposiciones de la presente Ley todos los operadores económicos, sean personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, nacionales y extranjeras, con o sin fines de lucro, que actual o potencialmente realicen actividades económicas en todo o en parte del territorio nacional, así como los gremios que las agrupen, y las que realicen actividades económicas fuera del país, en la medida en que sus actos, actividades o acuerdos produzcan o puedan producir efectos perjudiciales en el mercado nacional. Las conductas o actuaciones en que incurriere un operador económico serán imputables a él y al operador que lo controla, cuando el comportamiento del primero ha sido determinado por el segundo. La presente ley incluye la regulación de las distorsiones de mercado originadas en estrictiones geográficas y logísticas, así como también aquellas que resultan de las asimetrías productivas entre los operadores económicos.

Artículo 7.- Poder de mercado.- Es la capacidad de los operadores económicos para influir significativamente en el mercado. Dicha capacidad se puede alcanzar de manera individual o colectiva. Tienen poder de mercado u ostentan posición de dominio los operadores económicos que, por cualquier medio, sean capaces de actuar de modo independiente con prescindencia de sus competidores, compradores, clientes, proveedores, consumidores, usuarios, distribuidores u otros sujetos que participen en el mercado.

La obtención o el reforzamiento del poder de mercado no atentan contra la competencia, la eficiencia económica o el bienestar general. Sin embargo, el obtener o reforzar el poder de mercado, de manera que impida, restrinja, falsee o distorsione la competencia, atente contra la eficiencia económica o el bienestar general o los derechos de los consumidores o usuarios, constituirá una conducta sujeta a control, regulación y, de ser el caso, a las sanciones establecidas en esta Ley.

Art. 8.- Determinación del Poder de Mercado.- Para determinar si un operador económico tiene poder de mercado en un mercado relevante, debe considerarse, entre otros, uno o varios de los siguientes criterios:

- a) Su participación en ese mercado, de forma directa o a través de personas naturales o jurídicas vinculadas, y su posibilidad de fijar precios unilateralmente o de restringir, en forma sustancial, el abastecimiento en el mercado relevante, sin que los demás agentes económicos puedan, en la actualidad o en el futuro, contrarrestar ese poder.
- b) La existencia de barreras a la entrada y salida, de tipo legal, contractual, económico o estratégico; y, los elementos que, previsiblemente, puedan alterar tanto esas barreras como la oferta de otros competidores.
- c) La existencia de competidores, clientes o proveedores y su respectiva capacidad de ejercer poder de mercado.
- d) Las posibilidades de acceso del operador económico y sus competidores a las fuentes de insumos, información, redes de distribución, crédito o tecnología.

- e) La disputabilidad del mercado.
- f) Las características de la oferta y la demanda de los bienes o servicios; y,
- g) El grado en que el bien o el servicio de que se trate sea sustituible, por otro de origen nacional o extranjero, considerando las posibilidades tecnológicas y el grado en que los consumidores cuenten con sustitutos y el tiempo requerido para efectuar tal sustitución.

Art. 9.- Abuso de Poder de Mercado.- Constituye infracción a la presente Ley y está prohibido el abuso de poder de mercado. Se entenderá que se produce abuso de poder de mercado cuando uno o varios operadores económicos, sobre la base de su poder de mercado, por cualquier medio, impidan, restrinjan, falseen o distorsionen la competencia, o afecten negativamente a la eficiencia económica o al bienestar general.

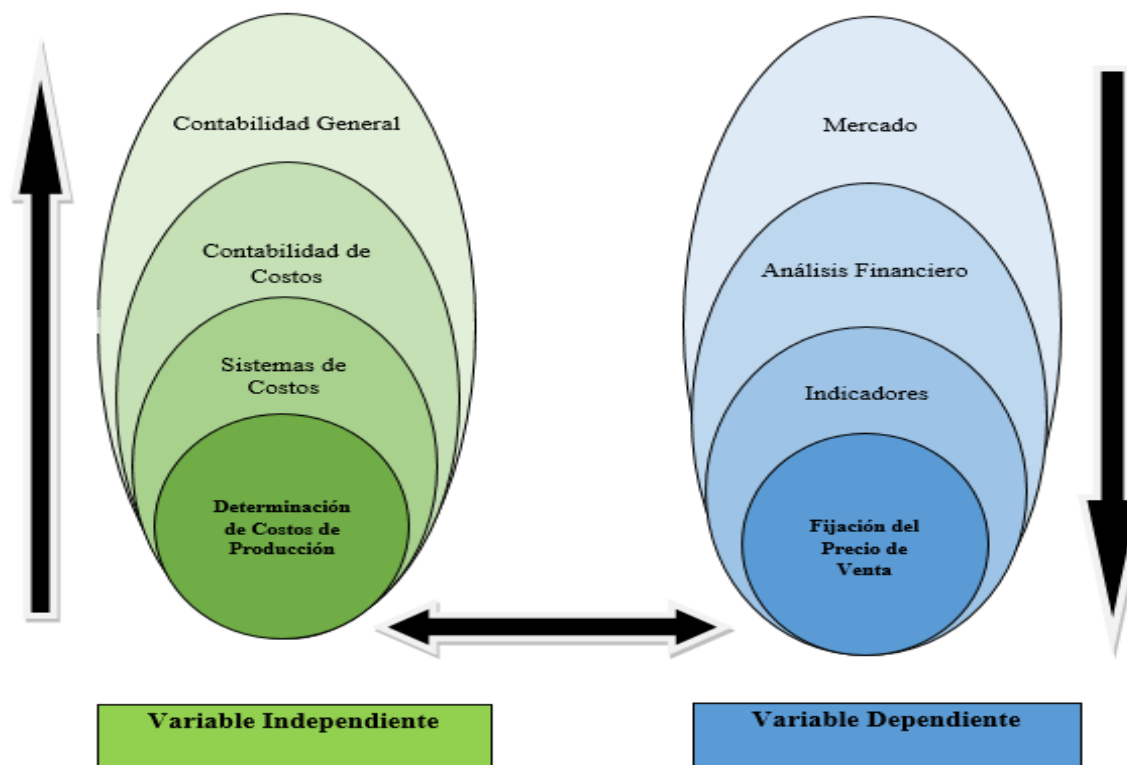
En particular, las conductas que constituyen abuso de poder de mercado son:

- 1) Las conductas de uno o varios operadores económicos con poder de mercado, que les permitan aumentar sus márgenes de ganancia mediante la extracción injustificada del excedente del consumidor.
- 2) Las conductas de uno o varios operadores económicos con poder de mercado, en condiciones en que debido a la concentración de los medios de producción o comercialización, dichas conductas afecten o puedan afectar, limitar o impedir la participación de sus competidores o perjudicar a los productores directos, los consumidores y/o usuarios.
- 3) La fijación de precios predatorios o explotativos.
- 4) La alteración injustificada de los niveles de producción, del mercado o del desarrollo técnico o tecnológico que afecte negativamente a los operadores económicos o a los consumidores.
- 5) La discriminación injustificada de precios, condiciones o modalidades de fijación de precios.
- 6) La negativa injustificada a satisfacer las demandas de compra o adquisición, o a aceptar ofertas de venta o prestación de bienes o servicios.
- 7) La incitación, persuasión o coacción a terceros a no aceptar, limitar o impedir la compra, venta, movilización o entrega de bienes o la prestación de servicios a otros.
- 8) La fijación, imposición, limitación o establecimiento injustificado de condiciones para la compra, venta y distribución exclusiva de bienes o servicios.
- 9) La fijación injustificada de precios de reventa.

- 10)** Sujetar la compra o venta a la condición de no usar, adquirir, vender o abastecer bienes o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero;
- 11)** La imposición de condiciones injustificadas a proveedores o compradores, como el establecimiento de plazos excesivos e injustificados de pago, devolución de productos, especialmente cuando fueren perecibles, o la exigencia de contribuciones o prestaciones suplementarias de cualquier tipo que no estén relacionados con la prestación principal o relacionadas con la efectiva prestación de un servicio al proveedor.(pág. 4-7)

2.2.5 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

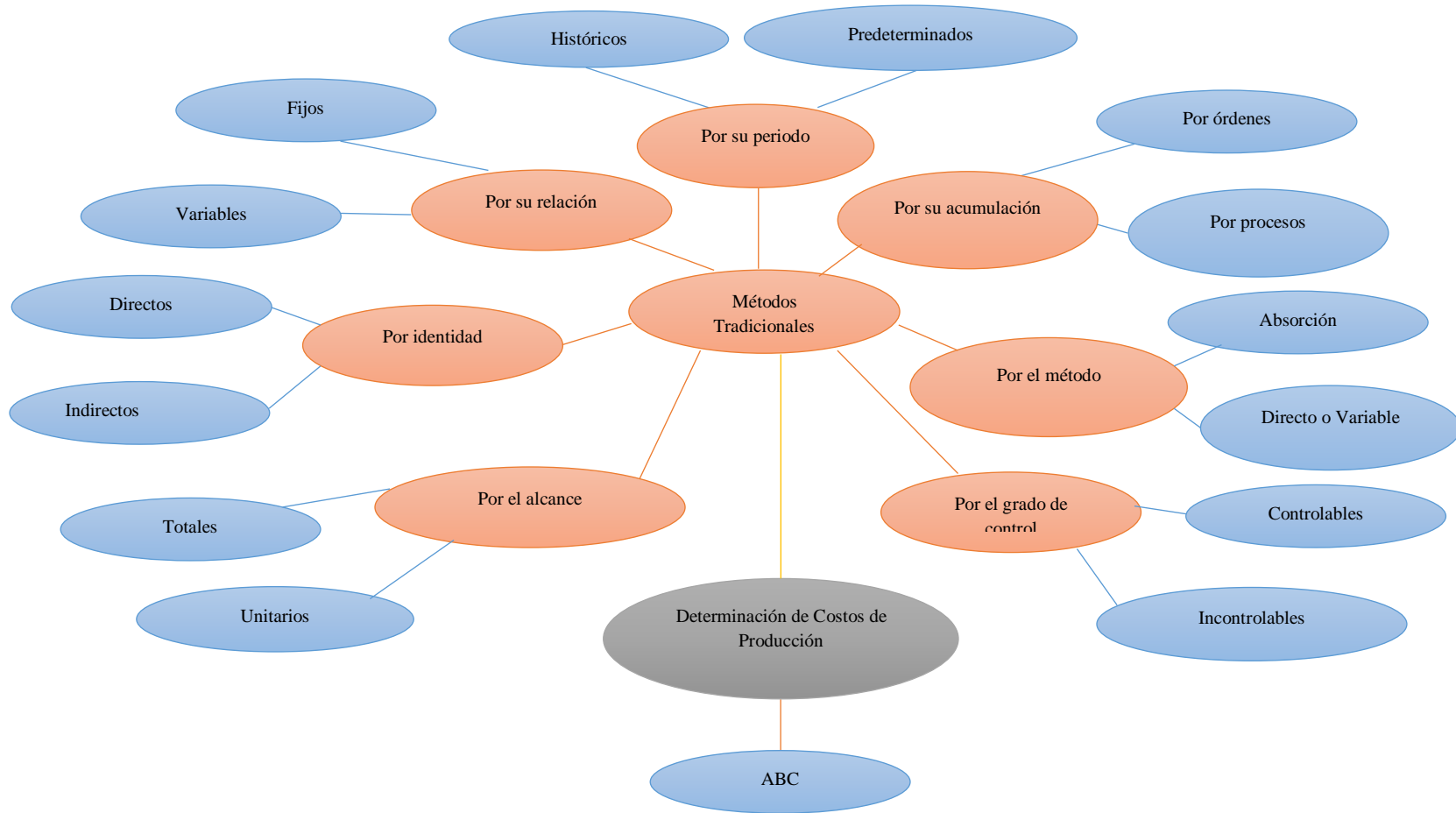
Gráfico 10 Categorías Fundamentales



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de campo

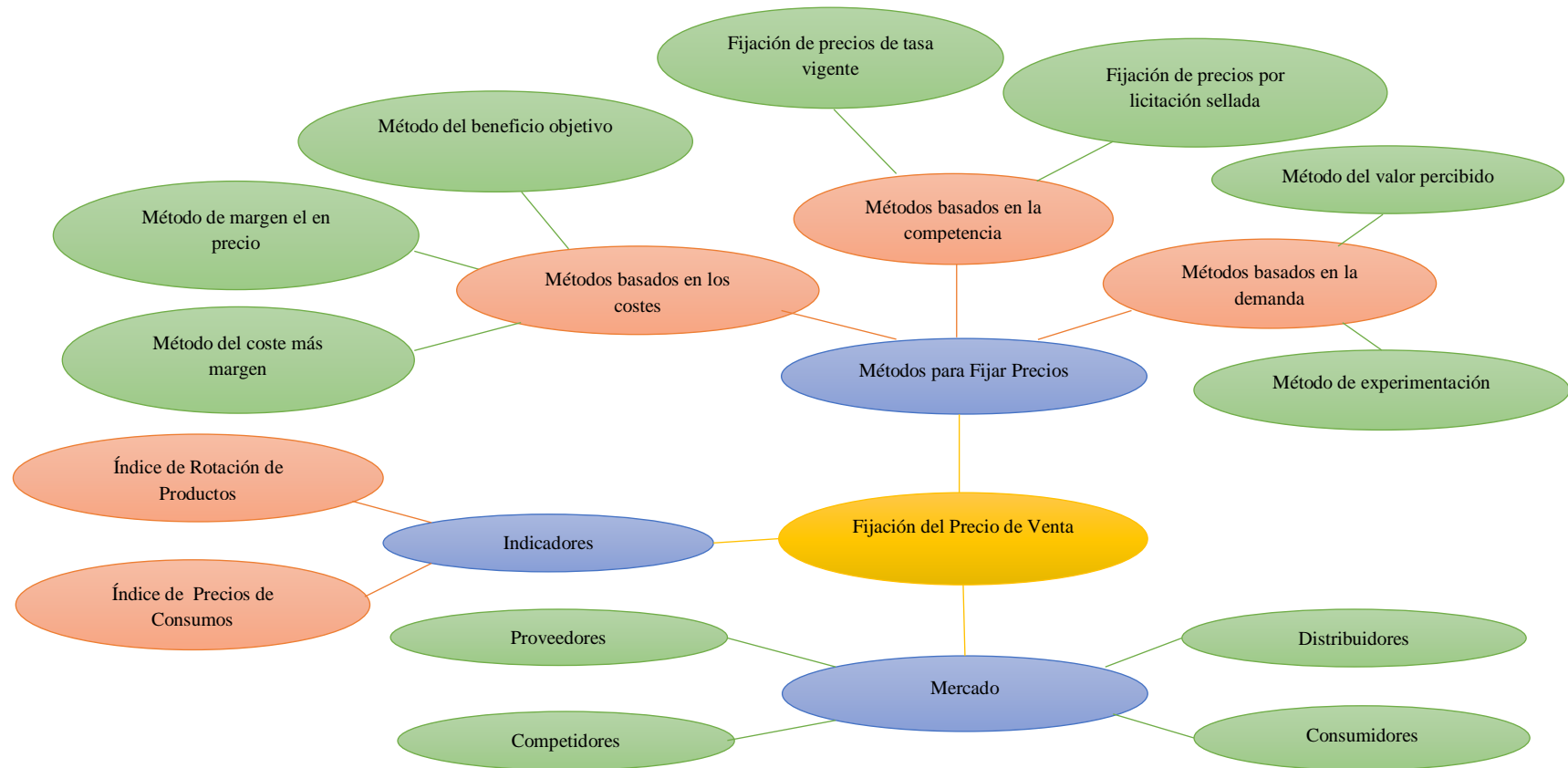
Gráfico 11 Sub-ordinación Conceptual; Variable Independiente



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 12 Sub-ordinación Conceptual; Variable Dependiente



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de campo

2.2.5.1 CONCEPTUALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

2.2.5.1.1 CONTABILIDAD GENERAL

Tomando como referencia información de (Zapata, Contabilidad General Fundamentos y Principios Contables, 2002) indica:

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. (pág.16)

Para (Sarmiento, 2007) en su libro deduce:

La Contabilidad, es la técnica que analiza, interpreta y registra cronológicamente los movimientos o transacciones comerciales de una empresa. El objetivo principal de la contabilidad es conocer la situación económica financiera de una empresa en un periodo determinado, así como también analizar e informar sobre los resultados obtenidos, para que los directivos puedan tomar decisiones adecuadas a los intereses de la empresa. (pág. 5)

Para el investigador la contabilidad es una técnica que permite registrar en forma correcta y ordenada toda la información y operaciones contables realizadas en su periodo de tiempo correspondiente, con el objeto de obtener una información financiera razonable que permita mejorar el desarrollo de la empresa.

2.2.5.1.2 CONTABILIDAD DE COSTOS

Tomando como referencia información de (Zapata, Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones, 2007) en su libro indica:

Contabilidad de Costos es la técnica especializada de la contabilidad que utiliza métodos y procedimientos apropiados para registrar, resumir e interpretar las

operaciones relacionadas con los costos que se requieren para elaborar un artículo, prestar un artículo, prestar un servicio, o los procesos y actividades que fueran inherentes a su producción.

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

Es un sistema de información que clasifica, acumula, controla y asigna los costos para determinar los costos de actividades, procesos y productos, y con ello facilita la toma de decisiones y el control administrativo. (pág. 19)

Según (Horngrén, Datar, & Foster, 2007) revela:

La contabilidad de costos mide, analiza y presenta información financiera y no financiera relacionada con los costos de adquirir o utilizar recursos en una organización. Por ejemplo, calcular el costo de un producto es una función de contabilidad de costos que responde a las necesidades de valoración de inventarios de la contabilidad financiera y a las necesidades de toma de decisiones de la contabilidad administrativa (por ejemplo, la elección de los productos a ofrecer). La contabilidad de costos moderna adopta la perspectiva de que la recopilación de información de costos es una función de las decisiones administrativas que se toman. (pág. 2)

Según los conceptos establecidos anteriormente el investigador deduce que la contabilidad de costos ayuda a determinar los costos de los productos que incurren al momento de ser fabricados en una empresa y los cuales luego de estar terminados son ofertados hacia el mercado con el propósito de obtener una utilidad adecuada con la producción y venta de los mismos.

2.2.5.1.3 SISTEMAS DE COSTOS

Tomando información de (Del Río González, 1998) en su obra dice:

Es el sistema mediante el cual los costos de producción se cargan a los procesos u operaciones, y se promedian entre las unidades producidas. Se emplean principalmente en industria cuya producción es continua o ininterrumpida sucesiva o en serie, las cuales desarrollan su producción por medio de una serie de procesos o etapas sucesivas y concomitantes y en las que las unidades producidas se pueden medir en toneladas, litros, cajas, etc.

Mediante este procedimiento, la producción se considera como una corriente continua de materias primas, sujeta a una transformación parcial de cada proceso y en lo que no es posible precisar el principio y el fin en la manufactura de una unidad determinada.

Características:

- Cuando queda producción en proceso de transformación al final del periodo, es indispensable conocer su fase de acabado, es decir hay que determinar su equivalencia en unidades terminadas.
- La producción es uniforme en cuanto al artículo o unidades.
- No es posible identificar en cada unidad producida los elementos del costo.
- Se determinan costos promediados por procesos de operación, y el volumen de producción se cuantifica a través de medidas unitarias tales como: kilo, litros, toneladas, metros, etc.
- Es un sistema más económico contable y administrativamente. Los procesos son continuos, ininterrumpidos y cada uno representa una transformación parcial, por lo que el producto va pasando sucesivamente de un proceso a otro hasta llegar al almacén de artículos terminados.
- La producción se inicia sin que necesariamente existan pedidos u órdenes específicas.
- Es requisito fundamental referirse a un periodo de costos para poder determinar el costo unitario del artículo. Existe un control más global de los costos de producción.
- El cálculo del costo es por promedios.
- La corriente de producción es continua, en masa, uniforme y rígida.
- La transformación de las materias primas se realiza a través de uno o más procesos consecutivos y los costos se acumulan en el proceso a que correspondan.

Son conjuntos de métodos, normas y procedimientos, que rigen la planificación, determinación y análisis del costo, así como el proceso de registro de los gastos de una o varias actividades productivas en una empresa, de forma interrelacionada con los subsistemas que garantizan el control de la producción y de los recursos materiales, laborales y financieros. (pág. 55)

Según (Zapata, Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones, 2007) en su libro manifiesta:

Con el tiempo se han venido ensayando ciertas formas de acumular los costos, los cuales han dado origen a los denominados sistemas de acumulación; tan solo dos sistemas están reconocidos formalmente por enmarcarse en normas internacionales de Contabilidad y en las leyes tributarias:

- Por Órdenes de Producción y
- Por Procesos

Si vinculamos las características de las formas de fabricación con los sistemas de acumulación del costo, se puede asegurar que:

- a. La fabricación bajo pedido específico y por lotes se puede controlar a través del sistema de órdenes de producción, que será tratado detalladamente en las siguientes páginas.
- b. La fabricación en serie o producción continua se puede controlar bajo el sistema por procesos. (pág. 60)

Tomando como referencia lo anteriormente mencionado para el investigador un sistema de costos es un conjunto de procedimientos y técnicas que sirven para calcular el costo de las diferentes actividades que realiza una empresa con el objetivo de determinar un costo más detallado, así como el proceso de registro de los gastos que se incurre en dichas actividades productivas.

2.2.5.1.4 DETERMINACION DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN

Según (Larroulet & Mochon, Economía, 1999) indica que:

Los costos de producción representan los costos de oportunidad de los recursos utilizados en la producción de los bienes o servicios de la empresa.

Los costos contables incluyen la mayoría de los costos económicos, pero normalmente no consideran ciertas partidas, tales como el costo del tiempo del propietario ni los costos de oportunidad de los recursos inmobiliarios y financieros utilizados en la empresa.

Costo de producción en sí, son gastos que se presentan en el proceso productivo, que lleva a la elaboración de un bien o servicio y de esta manera obtener una rentabilidad.

Resulta importante conocer los costos que inciden en la producción para de esta manera tomar decisiones correctas, ya que con esta la población busca cubrir sus necesidades de alimentación, salud, vivienda, transporte, comunicación y entretenimiento. Para ofrecer estos productos los productores usan recursos como tierra, agua, mano de obra, animales, maquinaria, insumos y otros. Como se sabe, acceder a estos recursos no es gratuito. Usar cada uno de esos recursos tiene un costo, es decir, un sacrificio, esfuerzo o gasto que debe asumirse para producir un bien o un servicio. En algunos

casos, este costo significa un desembolso de dinero, y en otros casos no. Es decir, a veces usar algunos recursos nos obliga a desembolsar dinero para adquirirlos. Por ejemplo, en la compra de fertilizantes, en el contrato de jornales, en el alquiler de maquinaria, etc. En estos casos hablamos de un costo monetario. En cambio, hay otros recursos cuyo uso no implican un desembolso de dinero, porque ya los tenemos. Es decir, sólo los pones. Por ejemplo, tiempo de trabajo, tierra, alguna herramienta o equipo propio, entre otros. En estos otros casos hablamos de un costo no monetario. Es por esta razón que resulta de gran importancia conocer los costos de producción para un mejor desempeño en la actividad a realizar. (pág. 45)

Para (Agroproyectos, 2011) la determinación de costos de producción se clasifica de la siguiente manera:

Los costos de producción se componen de:

Materias primas: son aquellos materiales que entran y forman parte del producto terminado; en este rubro se incluyen fletes de compra, de almacenamiento y de manejo.

Mano de obra directa: es la que se utiliza para transformar la materia prima en producto terminado.

Mano de obra indirecta: es la necesaria en el área de producción, pero no interviene directamente en la transformación de las materias primas; por ejemplo: personal de supervisión, jefes de turno, personal de control de calidad, etc.

Materiales indirectos: forman parte auxiliar en la presentación del producto terminado, sin ser el producto en sí, por ejemplo envases y etiquetas.

Insumos: excluyendo, por supuesto, los conceptos mencionados, todo proceso productivo requiere una serie de insumos para su funcionamiento; estos pueden ser agua, energía eléctrica, combustibles, detergentes, gases industriales, fertilizantes, semillas, etc.

Mantenimiento: este es un servicio que se contabiliza por separado, por las características especiales que puede presentar. El mantenimiento puede ser preventivo y correctivo al equipo y a la planta. (pág. 53)

Según el punto de vista del investigador la determinación de los costos de producción son medidos en términos financieros según la manera que estos sean asignados respectivamente en la transformación de los productos en procesos a productos terminados; conjuntamente con la designación de la materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación en el proceso productivo.

2.2.5.2 SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

2.2.5.2.1 MÉTODOS TRADICIONALES

2.2.5.2.1.1 POR EL ALCANCE

2.2.5.2.1.1.1 TOTALES

Para (Zapata, Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones, 2007, pág. 17) costos totales son “inversión realizada en materiales. Fuerza laboral y otros servicios e insumos para producir un lote o grupo de bienes o prestar un servicio”

Según el punto de vista de (Faga, 2006, pág. 45) costos totales “Es el costo variable unitario multiplicado por la cantidad de productos fabricados o vendidos en un periodo determinado, es la suma de todos los costos fijos de la empresa.”

Con lo anteriormente mencionado el investigador deduce que el costo unitario es la sumatoria de los costos fijos y los costos variables, que incurren en el proceso de producción de un bien.

2.2.5.2.1.1.2 UNITARIOS

Según (Zapata, Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones, 2007, pág. 17) los costos unitarios “se obtiene al dividir los costos totales entre el número de unidades fabricadas.”

Tomando información de (Horngren, Datar, & Foster, 2007, pág. 65) indica que “Los costos de nivel unitario de producción son los costos de las actividades realizadas en cada unidad individual de un producto o servicio.”

El investigador puede decir que el costo unitario se obtiene al dividir el costo total de fabricación para el número de productos fabricados, sumado el porcentaje que se quiere obtener de ganancia.

2.2.5.2.1.2 POR IDENTIDAD

2.2.5.2.1.2.1 DIRECTOS

Para (Zapata, Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones, 2007):

Son aquellos que pueden ser fácil, precisa e inequívocamente asignados o vinculados con un producto, un servicio o sus procesos o actividades. Las características de los costos directos son: presencia evidente en el producto; su precio es importante en el bien y la cantidad asignada es representativa. Ejemplo: harina, leche, manteca, huevos. Salarios de horneado, respecto al pan. (pág. 18)

Basados en información de (García, 2008) indica:

El coste directo es un método de la contabilidad de costos que se basa en el análisis de comportamiento de los costos de producción y operación, para clasificarlos en costos fijos y costos variables, con el objeto de proporcionar suficiente información relevante a la dirección de la empresa para su proceso de planeación estratégica. (pág.234)

Analizando la información presentada anteriormente el investigador puede decir que los costos directos se asocian con el producto fabricado, sin necesidad de ningún tipo de reparto, los cuales son: Materias Primas que se consumen para la fabricación de un producto se pueden extraer directamente de la naturaleza o haber sido elaborados previamente por otra empresa, Mano de Obra Directa que son las personas que se relacionan directamente con la elaboración de un producto.

2.2.5.2.1.2.2 INDIRECTOS

Basándonos en la información de (Zapata, Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones, 2007, pág. 18) dice que los costos indirectos son “aquellos que tienen cierto grado de dificultad para asignarlos con precisión y, por tanto, conviene tratarlos como indirectos a fin de evitar confusiones y asignaciones injustas. Ejemplo: especias, levadura, colorantes, arriendos. Salarios de los ayudantes.”

Tomando como referencia a (Rojas, 2007, pág. 53) dice que el Costo Indirecto “Es el que no se puede identificar con una actividad determinada. Ejemplo, el sueldo del supervisor del departamento de moldeo. Este es un costo directo para el departamento de moldeo e indirecto para el producto”

Para el investigador los costos indirectos son todos los distintos a los de los materiales directos y la mano de obra directa, estos hacen énfasis a los desembolsos que no pueden identificarse con la producción de mercancías o servicios específicos, pero que sí constituyen un costo aplicable a la producción en general.

2.2.5.2.1.3 POR SU RELACIÓN

2.2.5.2.1.3.1 FIJOS

Tomando información de (Zapata, Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones, 2007, pág. 19) dice que costos fijos son “aquellos costos que permanecen inalterables durante un rango relevante (de tiempo o nivel de producción”. Ejemplos: arriendos del local donde funciona la panadería, la prima de seguros del personal de la panadería, etc.

Basado en información de (Gómez O. , 2005) indica:

Los costos fijos permanecen constantes durante cualquier proceso de producción, bien sea que el volumen de producción o de ventas varié

favorable o desfavorablemente. Con mucha frecuencia se afirma, dentro del más estricto sentido de la palabra, que no existen realmente costos fijos por cuanto tarde o temprano sufrirán variaciones de alguna naturaleza. Sin embargo, se puede hablar de costos fijos para un determinado periodo, que por lo general es el ciclo contable de la empresa. Son costos fijos, por ejemplo: el alquiler de un edificio en donde funciona una fábrica, el impuesto predial, el impuesto de rodamiento (para vehículos), los seguros en general, los sueldos de los altos ejecutivo, la depreciación en línea recta y muchos otros costos que permanecerán constantes aunque aumente o disminuya la producción. (pág. 8)

El investigador indica que los costos fijos son aquellos que no varían en el volumen de la producción, es decir que permanecen constantes.

2.2.5.2.1.3.2 VARIABLES

Haciendo hincapié al concepto de (Zapata, Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones, 2007, pág. 19) indica que los costos variables son “aquellos que crecen o decrecen de inmediato y en forma proporcional conforme suba o baje el nivel de producción. Ejemplos: materiales directos como leche, harina y huevos, e indirectos como especias, saborizantes, etc.”

Según la información de (Gómez O. , 2005) dice:

Son costos variables aquellos que varían en forma proporcional a la producción o las ventas, como los materiales directos, la mano de obra directa cuando se pasa por unidad producida y algunos costos indirectos de fabricación, como los suministros, el mantenimiento de equipos y maquinas, las comisiones, etc. (pág.8)

El investigador puede decir que los costos variables son aquellos que pueden identificarse directamente con un objeto de costos, sin necesidad de ningún tipo de reparto. Los costos directos se derivan de la existencia de aquello cuyo costo se trata de determinar, sea un producto, un servicio, una actividad.

2.2.5.2.1.4 POR SU PERIODO

2.2.5.2.1.4.1 COSTOS HISTÓRICOS

Tomando información de (Gómez O. , 2005, pág. 32) dice que Costos Históricos es “en los cuales los datos son reales y se van presentando como ocurren con miras a la producción de estados financieros.”

Para (Zapata, Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones, 2007, pág. 18) indica que los valores históricos o reales son “De esta forma se obtienen costos más precisos, puesto que a medida que se producen los bienes, simultáneamente se determinan cuánto cuestan con base en documentos y tablas en las que constan los precios de los elementos requeridos.”

Haciendo énfasis a lo mencionado el investigador indica que los costos históricos son aquellos costos que se han obtenido dentro del período en la fabricación de un producto o prestación de un servicio y que se obtienen al final del período que se conservan para su análisis retrospectivo y comparación con los resultados futuros, sirviendo como un dato de base histórica y siempre se refieren a los costos reales ya sean por productos, por áreas de responsabilidad o cuenta de gasto. La acumulación y anotación de los resultados obtenidos en diferentes períodos o a las diferentes oportunidades que se elabora un mismo producto es lo que llamamos costo histórico.

2.2.5.2.1.4.2 COSTOS PREDETERMINADOS

Haciendo énfasis a (Gómez O. , 2005) deduce que:

Con base a datos de costos que se determinan o calculan antes de que se inicie la producción. Si esa predeterminación se hace en forma no muy científica, surgen los costos estimados, pero si se hace con todos los sistemas y con métodos de ingeniería industrial más modernos, surgen los costos estándar, los más indicados para establecer el control de la producción. (pág. 4-5)

Según (Zapata, Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones, 2007, pág. 19) dice que valores predeterminados son “de esta forma tendremos costos de algo razonable, que se calculan por anticipado, permitiendo hacer aproximaciones que generan costos precisos, aunque seguirán considerándose normales. La salvedad en esta forma la constituyen los costos estándar, que deben ser precisos.”

El investigador puede deducir que los costos predeterminados son aquellos que se calculan antes de la elaboración del producto y en ocasiones durante la producción del mismo, también se puede decir que son los que se calculan antes de realizar la producción sobre la base de condiciones futuras especificadas y las mismas se refieren a la cantidad de artículos que se han de producir.

2.2.5.2.1.5 POR SU ACUMULACIÓN

2.2.5.2.1.5.1 COSTOS POR PROCESOS

De acuerdo con (Rayburn, 1988) revela:

El sistema de costos por procesos acumula los costos para cada departamento durante un período de tiempo y se distribuyen entre todos los productos fabricados durante ese período. La estimación de costos por procesos se emplea en la fabricación de productos químicos, refinerías de petróleo, y en otras industrias en las que existe un proceso de producción continua. Los costos de materiales, mano de obra directa y de gastos generales de fabricación se acumulan para cada departamento en un período de tiempo, que suele ser de un mes. Al final del período se divide el costo del departamento entre el número de unidades fabricadas para obtener un costo por unidad. (Pág. 51)

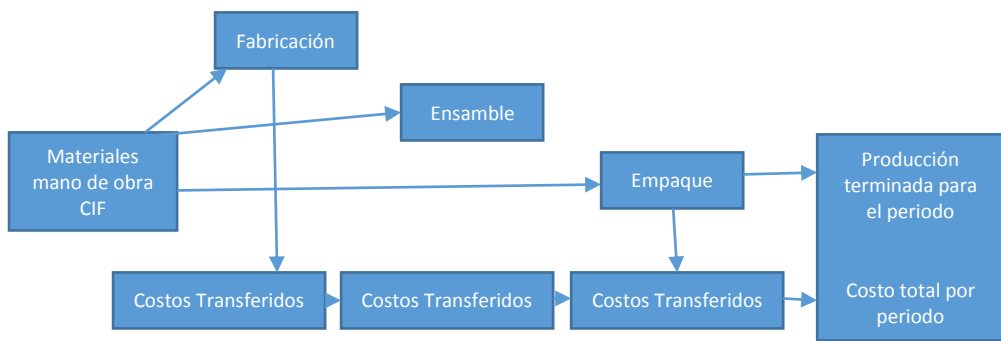
De acuerdo con (Cuevas, Contabilidad de Costos, 2010) en su libro revela:

El costeo por procesos se refiere a situaciones en las que productos similares son producidos masivamente, sobre bases más o menos continuas. El costeo por procesos es frecuente en industrias como la química, la de procesamiento

de alimentos, la farmacéutica, la petrolera, la textil, la de aceros, la del cemento, la de plásticos, entre otras.

La atención se dirige a los procesos (departamentos productivos), periodos de tiempo y costos unitarios. Esto significa que durante periodos específicos, los materiales, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación se acumulan por procesos o departamentos. Cuando los productos se procesan en más de un departamento, el trabajo se transfiere a departamentos sucesivos hasta que son terminados y están listos para su utilización final. El procedimiento básico se presenta en la figura 4.1.

Figura 4.1. Procediendo Básico



La figura indica que las materias primas, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación se utilizan inicialmente en el departamento de fabricación. Cuando las unidades son terminadas en este departamento, estas y sus costos se transfieren al siguiente departamento, en este caso, al de ensamble. Alguna combinación de materias primas, mano de obra y costos indirectos de fabricación se utilizan en el departamento de ensamble (los materiales pueden o no agregarse en cada uno de los departamentos); cuando el trabajo se termina en el departamento de ensamble, las unidades y sus costos se transfieren de nuevo al siguiente departamento. Aunque los procedimientos específicos dependerán de los sistemas contables usados, los costos se totalizan y transfieren por medio de periódicas entradas al libro diario, más que sobre bases continuas. Los productores reales se transfieren de manera constante, cada vez que se terminan.

Debe tenerse en mente que los procedimientos básicos para acumular los costos de los materiales, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación, en este sistema, son similares a los que se usan en el costeo por órdenes de producción, excepto por modificaciones menores necesarias debido a las diferencias que existen entre los dos sistemas de costeo.

Procedimientos básicos para el costeo por procesos

Los procedimientos básicos para el costeo por procesos deben tener en cuenta lo siguiente:

- Acumular los tres elementos del costo (materiales, mano de obra y costos indirectos de fabricación) para cada uno de los departamentos.
- Seguir el flujo a las diferentes unidades con su clasificación adecuada por departamento: unidades comenzadas, terminadas, perdidas y en proceso.
- Calcular las unidades equivalentes por departamento.
- Determinar el costo unitario para cada elemento del costeo por departamento.
- Asignar y transferir correctamente los costos a las unidades terminadas en cada departamento.
- Asignar los costos a los inventarios de productos en proceso.

Los elementos del costo los proporciona el sistema de contabilidad, aplicable al costeo de procesos y al de órdenes de trabajo: un sistema de inventarios con las requisiciones de materiales, un sistema de nómina con tarjetas de tiempo y varios registros para los costos indirectos de fabricación. Las unidades físicas se siguen también a través del sistema de control de inventarios por parte del personal de producción; para ello, estiman y asignan el porcentaje de terminación de las componentes del inventario de productos en proceso.

Los costos unitarios se determinan dividiendo los costos de producción para cada elemento del costo entre las unidades equivalentes.

La tarea básica es ofrecer información sobre las unidades y sus costos y asignar estos últimos a las unidades terminadas, a los inventarios de productos en proceso y de productos terminados para los propósitos de información equivalentes.

Ventajas

- Manejo de costos unitarios promedios.
- Manejo de la producción equivalente.
- Procedimiento administrativo menos costoso.
- Determinación del costo unitario por centro de costo considerando producto terminado.

Desventajas

- Al final del periodo queda una producción (materia prima) pendiente de terminar a la cual se le tiene que agregar el costo de conversión (mano de obra directa y cargos indirectos). Este inventario final debe contener un grado de avance que equivale a las unidades terminadas.
- La producción equivalente sólo se refiere al costo de la transformación (ocurre de acuerdo a los procesos de fabricación).

Características

- Apto para las empresas que producen una serie.

- El objeto del costo los constituyen las fases por donde transita el producto o el servicio, hasta que esto concluya.
- Los elementos del costo serán directos y generales a las fases productivas, o procesos. Inicia de un programa de producción por periodos.
- Los costos se determinan por periodos regulares.
- Preparar informes de cantidades y costos por cada fase.
- Funciona con costos históricos, costos predeterminados o ambos a la vez.

Objetivos

- Averiguar en un tiempo determinado los costos totales y unitarios a nivel de cada elemento de producción de un proceso en particular.
- Controlar los costos de producción a través de los informes. Con estos informes, la gerencia puede mantener un control adecuado de la producción. (pág. 70-74)

Para el investigador los costos por procesos son aquellos que se acumulan por departamentos es decir se aplican a procesos de producción continua o en serie los cuales son determinados al final de cada periodo es decir en base al tiempo.

2.2.5.2.1.5.2 COSTOS POR ÓRDENES DE PRODUCCIÓN

Tomando información de (Zapata, Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones, 2007) dice:

El Sistema de Costeo por órdenes de Producción, también conocido con el nombre de órdenes específicas de fabricación, por lotes de trabajo o por pedidos de los clientes, es propio de aquellas empresas cuyos costos se pueden identificar con el producto o el lote en cada orden de trabajo en particular, a medida que se van realizando las diferentes operaciones de producción en esa orden específica.

De las definiciones mencionadas se puede decir que el sistema de costos por Órdenes de Producción calcula los costos de los pedidos a medida que se van incorporando hasta llegar al producto terminado, por medio de este sistema se puede llevar el control de cada elemento del costo. (pág. 10)

Según información de (Cuevas, Contabilidad de Costos, 2010) expone:

El método de costeo por órdenes de trabajo se utiliza en aquellas situaciones de producción en las que muchos productos, diferentes trabajos u órdenes de producción se efectúan en cada periodo. Ejemplos de empresas de fabricación de herramientas, la industria metalmeccánica y algunas empresas de servicios.

Estas organizaciones requieren un sistema de costeo en el cual costos pueden asignarse por separado y de manera independiente de acuerdo en cada orden (un trabajo de impresión de tarjetas para un matrimonio), o por grupos de productos (diez carrocerías) y con costos unitarios distintos determinados para cada ítem separado. Es claro que un sistema de costeo por órdenes de trabajo tendrá sus dificultades de registro y asignación de costos diferentes de las presentadas en el costeo por procesos. Más que dividir los costos totales de producción entre miles de unidades similares, como en el costeo por procesos, se deben distribuir los costos totales de producción entre unas pocas y distintas unidades.

Independientemente de si se trabaja con el sistema de costeo por procesos o por órdenes de trabajo, el problema de determinar los costos unitarios implica la necesidad de algún tipo de promedio. La diferencia esencial entre los métodos de costeo está en la manera de lograr estos promedios.

Visión general

Hay tres categorías amplias de costos involucrados en la manufactura de todo producto:

- Los materiales directos.
- La mano de obra directa.
- Los costos indirectos de fabricación

Al estudiar la operación de un sistema de costeo por órdenes de trabajo, se analizarán cada uno de estos elementos y la manera como están involucrados en el costo de cada uno de estos elementos y la manera como están involucrados en el costo de cada unidad de producto. El propósito es lograr una perspectiva conceptual amplia del sistema de costeo y de la forma como proporciona datos para la gerencia.

Medición del costeo del material directo

El proceso productivo comienza con la transferencia de materias primas desde la bodega almacén de materiales hasta la línea de producción.

Este volumen de materias primas se asigna de manera directa a los artículos que van produciéndose y por esto se les designa como materiales directos. Otros materiales, en general denominados materiales indirectos, no se cargan a órdenes específicas y se incluyen dentro de la categoría general de los costos indirectos de fabricación.

Los materiales indirectos incluyen costos como pegatinas, hilos, botones, etcétera.

Las materias primas se retiran de la bodega mediante la presentación de las formas de requisición de materiales.

Medición del costo de la mano de obra directa

Los costos de la mano de obra directa se miden y acumulan como se hace con los costos de los materiales directos. Los materiales directos incluyen los costos cargados por este concepto, que son asignados de manera directa a una orden partícula en proceso.

Asimismo, aquellos costos de mano de obra que no pueden asignarse de forma directa a un trabajo particular, se tratan como parte de los costos indirectos de fabricación; esta última categoría de costos de la mano de obra se denomina mano de obra directa e incluye actividades como mantenimiento, supervisión y aseo.

Los costos del trabajo (mano de obra) en general se acumulan por medio de alguna forma de registro preparado día tras día por cada empleado. Estos registros, con frecuencia denominados tarjetas de tiempo u hojas de tiempo, constituyen un resumen hora por hora de las actividades y asignación realizadas durante el día por cada empleado. Cuando se trabaja a en una orden determinada, se registra en la orden respectiva el número de horas incurridas en cada tarea particular. Cuando la tarea no se identifica con una orden en particular, se acumula como mano de obra indirecta.

Al final de la semana o del mes, según la práctica de cada compañía, las tarjetas de tiempo se suman y el departamento de costos, después de analizar con cuidado las horas asignadas, determina lo que corresponde a mano de obra directa y mano de obra indirecta.

Aplicación de los costos indirectos de fabricación

Los costos indirectos de fabricación deben tomarse en cuenta junto con los materiales directos y con la mano de obra directa, para la determinación de los costos unitarios de las órdenes. Sin embargo, la asignación de los costos indirectos de fabricación a las unidades de producto es una tarea más difícil que la realizada con los materiales directos y la mano de obra directa. Hay tres razones para que esto sea así.

- **Primera:** Los costos indirectos de fabricación son un costo indirecto para las unidades de producto y por esta razón no pueden asignárseles directamente a un producto o trabajo en particular.
- **Segunda:** Los costos indirectos de fabricación constan de muchos ítems diferentes, los cuales involucran costos fijos y variables, en rangos tan dispares que van desde el costo de la grasa para los equipos hasta el salario del superintendente de producción.

- **Tercera:** Las compañías con fuertes variaciones estacionales en la producción encuentran que, no obstante estas variaciones en producción, los costos indirectos de fabricación tienden a permanecer constantes. La razón es que los costos indirectos de fabricación fijos constituyen parte importante del total de costos indirectos de fabricación.

Por todos estos problemas, la manera más aceptable de asignarles a los costos indirectos de fabricación a las unidades del producto o a las órdenes de producción es hacerlo de manera indirecta a través de alguna forma base que permita su asignación. (pág. 168-171)

Puede decirse según el investigador que los costos por órdenes de producción son aquellos costos que se han obtenido dentro del período en la fabricación de un producto o prestación de un servicio y que se obtienen al final del período además se conservan para su análisis prospectivo y comparación con los resultados futuros, sirviendo como un dato de base.

2.2.5.2.1.6 POR EL MÉTODO

2.2.5.2.1.6.1 ABSORCIÓN

Según la información de (Zapata, Contabilidad de Costos, 2007, pág. 34) dice que los costos por método de absorción se da “en la determinación del costo de producción se consideran todos los elementos, tanto fijos como variables.”

Basados en la información de (Gómez O. , 2005) indica:

Desde este punto de vista, conocidos también como costos totales y costos globales, el costo de cada artículo se averigua con base en el costo de los materiales directos, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación fijos y variables. Es un enfoque tradicional de amplia aceptación, al cual se tiene que llegar para efectos fiscales. (pág. 43)

Haciendo hincapié el investigador puede indicar que el modelo de costeo por absorción es aquel que considera los tres elementos del costo para su determinación, sin diferenciar entre costos fijos y variables.

2.2.5.2.1.6.2 COSTO DIRECTO O VARIABLE

Haciendo referencia a (Zapata, Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones, 2007, pág. 35) indica que los costos por el método directo o variable se da “en la determinación del costo de producción se consideran exclusivamente los elementos variables y directos, dejando los costos fijos en un sector independiente.”

Según el punto de vista de (Gómez O. , 2005) deduce:

Se le conoce también como costos marginales y costos variables, y en ellos el costo de cada artículo se averigua considerando en costo de los materiales directos, la mano de obra directa variable, los costos indirectos de fabricación variable, así como cualquier gasto de administración y de ventas que varíe igualmente con el volumen de actividad. Los costos indirectos de fabricación fijos, así como los gastos de administración y de ventas constantes, se consideran como gastos del periodo y no tienen, por tanto, ninguna influencia en el costo de los inventarios finales de producción.

El costeo directo no ha tenido todavía una aceptación unánime desde el punto de vista legal, pero cada vez es más grande el número de empresas que lo están usando como resultado de las extraordinarias ventajas que ofrece para apreciar en la forma más exacta posible lo que realmente está sucediendo dentro de una empresa cuando se produce. (pág.16)

Analizando la información presentada el investigador aduce que este sistema de costeo se centraliza principalmente en la diferencia entre los ingresos por ventas y los costos variables, y cuando se formula como un porcentaje de los ingresos por ventas, bajo este sistema, la utilidad está relacionada con las ventas y no es afectado por el nivel de producción.

2.2.5.2.1.7 POR EL GRADO DE CONTROL

2.2.5.2.1.7.1 CONTROLABLES

Para (Zapata, Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones, 2007, pág. 36) los costos controlables son “aquellos que dependen de los ejecutores y por tanto pueden ser mejorados, corregidos o direccionados a fin de buscar mejorar su aporte e incidencia de uso. Ejemplo: costo de energía eléctrica.”

Tomando información de (Miret & Brunetti, Giorgio, 2004, pág. 23) indica que los costos controlables “son los que experimentan la influencia de las decisiones y el comportamiento del encargado de centro de responsabilidad, los costos controlables son los del personal y el costo de ventas.”

Para el investigador los costos controlables son aquellos que pueden ser cambiados, manipulados y controlados en un periodo de tiempo determinado.

2.2.5.2.1.7.2 INCONTROLABLES

Según (Zapata, Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones, 2007, pág. 36) los costos incontrolables son “aquellos que no son manejados por los responsables, puesto que su uso está ya definido y dependen de ciertas reglas invariables o su incidencia es de difícil predicción. Ejemplo: depreciación de fábrica”

Haciendo referencia a (Miret & Brunetti, Giorgio, 2004, pág. 24) indica que los costos no controlables “son factores que están fuera de su área de autónoma. Por ejemplo, los costos de naturaleza administrativa si la actividad administrativa se lleva a cabo en forma centralizada.”

Haciendo énfasis en los conceptos anteriormente mencionados el investigador indica que los costos incontrolables son aquellos que no pueden ser cambiados, manipulados ni controlados en un periodo de tiempo determinado.

2.2.5.2.1.8 ABC

Tomando información de (Jiménez & Espinoza, Carlos, 2007) muestran:

El costeo basado en actividades mide el costo de los recursos utilizados por las actividades relacionadas con la producción, para luego asignar los costos a los productos utilizando conductores de costo (cost driver) o transacciones. El costeo ABC (Activity Based Cost) se basa en una idea sencilla: los productos causan actividades y estas actividades causan costos. El costeo ABC identifica los costos de estas actividades y usa varios conductores (transacciones, drivers) para determinar el costo de los productos. Estos conductores de costos reflejan el consumo de actividades para cada objeto. Los conductores también se utilizan para asignar el costo a otras salidas (aparte de los productos) como: clientes, mercados, canales de distribución y proyectos de ingeniería. (pág.166)

Haciendo énfasis a (Olavarrieta, 1999) dice:

En épocas recientes, ha tenido cierto auge un sistema de costeo denominado “Costeo” basado en la actividad (Activity Bases Costing, ABC), el cual consiste en determinar los costos de los productos y de la operación, siguiendo los lineamientos señalados en los párrafos anteriores respecto a control presupuestal y centros de costo por responsabilidad.

La idea fundamental de este sistema es la siguiente: tradicionalmente se piensa que el producir un producto o un servicio origina costos. Sin embargo, lo que origina los costos es la actividad requerida para producir.

Si se acepta que es la actividad lo que origina los costos, entonces el costo de un producto o un servicio debe ser la suma de los costos de las actividades requeridas para producirlo. Al disgregar el costo de un producto entre las varias actividades, los costos pueden controlarse, controlando las actividades y los hechos que causan la actividad.

El propósito de la ABC es eliminar las graves distorsiones causadas por los sistemas tradicionales de costeo, como son los de absorción de costos y el costeo directo. Estos sistemas fueron útiles en una época en la que la mano de obra representaba una alta proporción del costo del producto. En la actualidad, no proveen información realmente significativa sobre el costo de los productos o de los servicios. La administración y costeo basados en la actividad, conserva lo mejor de los sistemas de costeo por absorción y costeo directo. Aplicar todos los costos indirectos a los productos, mediante un análisis de la actividad que produce cada costo en particular.

Este método trata todos los costos como variables.

Por definición, el ABC atribuye los costos variables, fijos e indirectos (overhead) directamente a cada producto o servicio requerido para producirlo.

En el ABC, el costo del producto o del servicio equivale al costo de la materia prima, más la suma de todos los costos de las actividades requeridas para producirlo. Esto difiere considerablemente del sistema tradicional, que consiste en calcular el costo directo: materia prima más mano de obra directa, y a esta suma agregarle un porcentaje arbitrario de costos indirectos, usando un prorrateo basado en volumen de producción más que en la actividad. (pág. 28)

Analizando lo anterior mencionado el investigador puede decir que el método de "Costos basado en actividades" ABC, es aquel que mide el costo y desempeño de las actividades que se realizan en la fabricación de un producto, se establece en el uso de recursos, lo cual implica que los costos se determinen basados en la demanda de los productos para estas actividades durante el proceso de producción. Además, ayuda a la toma de decisiones estratégicas y operacionales.

2.2.5.3 CONCEPTUALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

2.2.5.3.1 MERCADO

Tomando información de (Cespedes, 1998) muestra:

Desarrollar un producto dentro de un programa de mercadotecnia, de tal manera que se alcance el mayor número de clientes, maximizando su economía en la producción, distribución física y promoción, comercializándolo ininterrumpidamente con los gastos más bajos, además tratando de que las campañas publicitarias empaquen líneas individualizadas de productos. (pág.41)

Haciendo énfasis a (Ficher & Espejo, Jorge, 2004) indica:

En la práctica se conocen diferentes definiciones de mercado; estas varían de acuerdo al área de conocimiento y a los criterios de los autores en su búsqueda de una definición adecuada. Cada persona define el concepto de mercado como mejor le parece o le conviene: cuando un accionista habla de

mercado se refiere al mercado de valores o de capital; para un ama de casa, mercado es el lugar donde compra los productos que necesita; desde el punto de vista de la economía, madre de la mercadotecnia, un mercado es el lugar donde se reúnen oferentes y demandantes, y es en el mercado donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y de la demanda.

Para efectos de la mercadotecnia, un mercado son los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio. Esta definición se complementa con los siguientes tres elementos:

- La presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer.
- La presencia de un producto que pueda satisfacer esas necesidades
- La presencia de personas que ponen los productos a disposición de los individuos con necesidades, a cambio de una remuneración. (pág.58)

Según lo dicho en los conceptos anteriores el investigador deduce que el mercado es un ambiente económico, compuesto de varias organizaciones e individuos con distintas necesidades, que tienen la capacidad de adquirir o comprar bienes y servicios importantes para satisfacer sus necesidades, también se puede aducir que es un lugar determinado donde se dan intercambios de productos y servicios donde interviene la oferta y la demanda.

2.2.5.3.2 ANÁLISIS FINANCIERO

Según información de (Rodríguez L. , 2012) dice:

El análisis y la interpretación de la información financiera se debe considerar como un proceso que busca tener evidencias que apoyen a la toma de decisiones en las empresas y mediante el cual el analista financiero puede conocer como se ha desarrollado una empresa.

Los accionistas intervienen en las empresas con la finalidad de obtener beneficios y la administración es responsable de que obtengan la mayor riqueza posible, por lo que constantemente se debe hacer un análisis para evaluar el desempeño y determinar si la organización va por el camino deseado o es necesario hacer ajustes. El análisis financiero es una herramienta que ayuda a la administración en la toma de decisiones necesarias para alcanzar las metas; además, proporciona elementos objetivos en los cuales se

pueden apoyar las decisiones con el fin de no basarse en conjeturas o supuestos. (pág.16)

Tomando como referencia a (Montaño, 2003) indica:

Al hacer el análisis financiero de una empresa se recomienda obtener información de los resultados de tres a cinco años. La mejor interpretación se logra mediante el periodo de cinco años. Con menos de tres el análisis es estático y no refleja rutas; pero con más e cinco. También existen inconvenientes porque se incluyen situaciones que difieren notablemente en el desarrollo de la empresa. (pág.11)

El Análisis Financiero para el investigador es una técnica de medición económica que se encarga del estudio la información cuantitativa, numérica y monetaria de todas las transacciones y operaciones a nivel empresarial de acuerdo al funcionamiento y actividad que las empresas realizan. Además, analiza el contenido de los estados financieros a nivel comparativo, realizado por medio de indicadores y métodos aceptados por la comunidad financiera con el fin de comparar resultados para la prevención y corrección de posibles errores, y tener una base sólida para la toma de decisiones.

2.2.5.3.3 INDICADORES

Tomado información de (Franklin, 2007) indica:

- Un indicador es una estadística simple compuesta que refleja algún rasgo importante de un sistema dentro de un contexto de interpretación.
- Es una relación cuantitativa entre dos cantidades que corresponden a un mismo proceso o procesos diferentes. Por si solos no son relevantes, pues solo adquieren importancia cuando se les compra con otros de la misma naturaleza.
- Un indicador pretende caracterizar el éxito o la eficacia de un sistema, programa u organización, pues sirve como una medida aproximada de algún componente o de la relación entre componentes.
- Un sistema de indicadores permite hacer comparaciones, elaborar juicios, analizar tendencias y preceder cambios. Puede medir el desempeño de un individuo o de un sistema y sus niveles, de una organización, el

comportamiento de un contexto, el costo y la calidad de los insumos, la eficacia de los procesos, la relevancia de los bienes y servicios producidos en relación con necesidades específicas.

Según el punto de vista de (Roca & Soldevila, Pilar, 2004) indica:

En los últimos años, los indicadores han pasado a formar parte del proceso de evaluación y control de las organizaciones, entre otras cosas porque la contabilidad no ofrece suficiente información para el control del éxito en la consecución de objetivos de carácter social y para la evaluación de la eficiencia, por lo que son necesarias medidas o técnicas adicionales que mejoren la información que se desprende de los estados contables que mejoren la información que se desprende de los estados contables. Estos instrumentos pueden ser los indicadores. Otras causas que han llevado a la aplicación de estos indicadores son:

- La necesidad de realizar una asignación óptima de los recursos escasos, existiendo hoy día una tendencia clara a desviar la atención hacia la eficiencia en la realización de actividades, dejando de lado las tradicionales funciones de control sobre fraude, las pérdidas y el abuso.
- Mejora la contabilidad como instrumento de gestión: utilizándola, fundamentalmente, para controlar la eficiencia en la asignación de recursos, principalmente entre programas. El informe de la contabilidad debe incluir, por tanto, información de tipo financiero y de medidas de resultados de los diferentes programas que se realiza la organización.
- Tendencias hacia la dirección por objetivos (DPO), en la que los gestores negocian que prioridades se tendrán que conseguir, análogamente, debe haber una tendencia hacia la gestión de la calidad total, por lo que se intenta, además, alcanzar las metas marcadas, asegurar la calidad de las relaciones con los terceros a la organización y la calidad de la toma de decisiones y, en definitiva, la calidad global de toda la gestión. (pág.77)

Con la información presentada anteriormente mencionada por el investigador se puede decir que los indicadores financieros son métodos que al ser aplicados permiten a una empresa conocer su estabilidad en varios aspectos, como la capacidad de endeudamiento, el rendimiento y las utilidades, y a través de los resultados obtenidos actuar de acuerdo a aquellos resultados en mejora de la empresa.

2.2.5.3.4 FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

Haciendo énfasis a la información de (De Mateo, Bergés, Laura, & Sabater, Marta, 2009) indica:

La fijación del precio de venta de los productos y servicios por las empresas de cualquier sector de actividad, se considera uno de los elementos centrales de la política de marketing. Para las empresas de comunicación también es importante, en cuanto que su rentabilidad dependerá del precio que marquen para obtener ingresos por la venta de sus productos y servicios a la audiencia o a otras empresas de distribución de contenidos.

Sin embargo, la industria de la comunicación tiene unas características específicas, que comportan más complejidad a la fijación de precios de los productos y servicios que ofrecen las empresas de comunicación. Estas se dirigen a un doble mercado, por lo que deben las empresas valorar la parte que repercute sobre cada grupo de clientes. Además, las empresas de comunicación ofrecen un producto o servicio que incorpora elementos intangibles de difícil valoración, como la creatividad, la credibilidad o la noticiabilidad. (pág.114)

Tomando información de (Bustamante, 2001) dice:

Muchas de las dificultades relacionadas con las fijaciones del precio comienzan con el hecho bastante sencillo de que a menudo no sabemos realmente de que estamos hablando. Es decir, ignoramos el significado de la palabra precio, pese a tratarse de un concepto bastante fácil de definir en términos comunes. El precio no es más que una oferta o experimento para probar el pulso del mercado. Si los clientes aceptan la oferta, entonces el precio es el adecuado. Si la rechazan, habrá que cambiarlo pronto pues de lo contrario quizá hasta que retirar el producto del mercado.

La teoría económica nos dice que las nociones de precio, valor y utilidad, están relacionadas entre sí. La utilidad es el atributo de un objetivo que lo hace capaz de satisfacer necesidades o deseos humanos. El valor es la medida cuantitativa de la capacidad de un producto para atraer otros productos en un intercambio. Puesto que la economía moderna no está regida por un lento sistema de trueque, nos servimos del dinero como denominador común de valor. (pág.59)

Analizando lo anteriormente mencionado el investigador puede decir que la fijación del precio en la venta de un producto está definido como el valor monetario pagado a crédito o al contado de parte del cliente, a cambio de un bien o servicio, dicho precio está fijado en base a políticas internas de la empresa, y la determinación del margen de utilidad, conjuntamente con los lineamientos del mercado.

2.2.5.4 SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

2.2.5.4.1 MÉTODOS PARA FIJAR PRECIOS

2.2.5.4.1.1 MÉTODOS BASADOS EN LOS COSTES

2.2.5.4.1.1.1 MÉTODO DEL COSTE MÁS MARGEN

Haciendo énfasis a (Educación, 1998) deduce:

Consiste en añadir al coste total unitario del producto un determinado porcentaje de beneficio. El coste total unitario se obtiene sumando al coste variable los costos fijos totales divididos por el número de unidades producidas.

El margen o porcentaje de beneficio añadido suele variar considerablemente según el tipo de producto, aunque en general este incremento suele ser inversamente proporcional a los costes y a la rotación de los productos. (pág.170)

Tomando información de (Casado & Sellers, 2006) indican:

Este método se basa en añadir un margen de beneficio al coste del producto para obtener el precio. Por tanto, la expresión general de este método es la siguiente:

Precio de venta= Coste + Margen

En función del tipo de coste considerado (costes fijos no dependen del nivel de producción o costes variables-dependen del nivel de producción) y de la forma de cálculo del margen de beneficios, se pueden derivar diferentes especificaciones de este método. (pág.244)

Luego de analizar lo anteriormente mencionado el investigador indica que el método basado en los costes consiste en establecer un precio de venta del producto a partir principalmente de los costes en que incurre la empresa. El precio de un producto se obtiene añadiendo un margen de beneficio a su coste. Aunque esta forma de fijar los

precios pueda parecer justa y correcta, esconde una visión muy estrecha del concepto del precio, puesto que lo contempla como una suma de cantidades, sin tener en cuenta lo que los consumidores están dispuestos a pagar o los precios de los competidores.

2.2.5.4.1.1.2 MÉTODO DE MARGEN EN EL PRECIO

Tomando como referencia el punto de vista de (Educación, 1998) dice:

Con este método el precio se fija teniendo en cuenta que una parte del mismo debe ser el margen, es decir, se calcula sobre el precio en vez de sobre los costes como hacíamos en el método anterior, aunque estos son tomados como información de partida.

Con este método el minorista sabe en cada momento que parte del precio de su producto corresponde a costes y cual proporciona margen para la organización, además de facilitarle la máxima información a la hora de realizar alguna rebaja o ajuste de precio. (pág.171)

Según información de (Milio, 2003) revela:

Aunque se basa en los costes, el precio se fija estableciendo un margen sobre el precio. Tiene una ventaja y es que el minorista, al calcular el precio de su producto, sabe que parte corresponde a costes y que parte corresponde a margen, lo que será de mucha utilidad, en el caso de querer, en un momento dado, hacer algún descuento, porque sabrá hasta donde le llega el margen.(pág.133)

Se puede decir según el investigador que el método de margen en el precio consiste, en que el precio se establece tomando en cuenta una parte del mismo, es decir, se calcula sobre el precio en vez de sobre los costos, estos pueden ser tomados como información inicial. Con este método los productores pueden saber el momento en que los precios de sus productos se asignan o ajustan, por ende facilitan información a la hora de realizar alguna rebaja o ajuste de precio.

2.2.5.4.1.1.3 MÉTODO DEL BENEFICIO OBJETIVO

Tomado información de (Educación, 1998) indica:

Cosiste en fijar el precio que permite obtener un beneficio o volumen de ventas dado.

Este método se puede utilizar de forma conjunta con el concepto ya analizado en la unidad anterior, de “punto muerto” o “umbral de rentabilidad” que, como vimos, consistía en calcular la cantidad de producto que ha de venderse a un determinado precio para cubrir la totalidad de los costes fijos y variables incurridos en la fabricación y venta del producto.

Este método sirve también para calcular el precio que deberá fijar la empresa para alcanzar los objetivos de venta y rentabilidad previsto. (pág.172)

Para (Casado & Sellers, 2006) el método de beneficio objetivo “Consiste en fijar un precio de venta de forma que, dado un determinado nivel de actividad (ventas), la empresa pueda obtener un beneficio o una determinada rentabilidad sobre el capital invertido.”

El investigador señala que el método del beneficio objetivo se basa en la fijación de un precio que permite brindar un beneficio o volumen de ventas establecido. Además, consiste en calcular que cantidad de producto está disponible para la venta y que precio es el apropiado para cubrir la totalidad de los costos fijos y variables incurridos en la elaboración y venta del producto.

2.2.5.4.1.2 MÉTODOS BASADOS EN LA COMPETENCIA

2.2.5.4.1.2.1 FIJACIÓN DE PRECIOS DE TASA VIGENTE

Haciendo hincapié a la información de (Kotler & Armstrong, Gary, 2001) deduce:

En la fijación de precios de tasa vigente, la compañía basa su precio en gran medida en los precios de los competidores, presentando menos atención a sus propios costos o a la demanda. La compañía podría cobrar lo mismo, menos, o más que sus principales competidores. En las industrias oligopolistas que venden productos básicos como acero, papel o fertilizante, las compañías

normalmente cobran el mismo precio. Las compañías más pequeñas siguen al líder: cambian sus precios cuando el líder del mercado lo hace, no cuando su propia demanda o sus propios costos cambian. Algunas compañías podrían cobrar un poco más o un poco menos, pero mantienen constante la diferencia.

Así, en Estados Unidos los detalles de gasolina menores por lo regular cobran unos cuantos centavos de dólar por galón menos que las grandes compañías petroleras, sin dejar que la diferencia aumente ni disminuya.

La fijación de precios de tasa vigente es muy popular. Cuando la elasticidad de la demanda es difícil de medir, las compañías sienten que el precio vigente representa la sabiduría colectiva de la industria en lo concerniente al precio que producirá un rendimiento justo. Ellas también sienten que apearse al precio vigente evita las perjudiciales guerras de precios. (pág.377)

De acuerdo con (Milio, 2003) deduce:

Se contempla precisamente esta situación y el ver cómo reaccionan los competidores ante variaciones que hagamos a nuestros precios, ya sea subiendo o bajándolos. Y nuestra empresa ante cambios de precios de un competidor, que prefiere hacer, si continuar con los mismos o cambiar al ritmo de la competencia. (pág. 17)

Según la opinión del investigador la fijación de precios de tasa vigente se produce cuando una empresa decide fijar el precio de su producto equivalente a los precios de los productos de la competencia.

2.2.5.4.1.2.2 FIJACIÓN DE PRECIOS POR LICITACIÓN SELLADA

Según (Kotler & Armstrong, Gary, 2001) muestra:

También se usa fijación de precios basada en la competencia cuando las compañías licitan para obtener contratos. Al usar fijación de precios por licitación sellada, una compañía basa su precio en el precio que cree que fijaran sus competidores, más que en sus propios costos o en la demanda. La compañía quiere ganar un contrato, y ganar el trato requiere un precio más bajo que el de los otros licitadores.

Sin embargo, la compañía no puede fijar su precio por debajo de cierto nivel. No puede fijar un precio menor que el costo sin perjudicar su posición. En contraste, cuanto más arriba de los costos este el precio que fije la compañía, menor será su posibilidad de obtener el contrato. (pág.378)

Para (Conde & Parreño, Josefa, 2013) indica:

Cuando una empresa se planea presentarse a una licitación (concurso propuesta sellada), la buena determinación del precio a ofertar resulta crucial para poder adjudicarse el contrato o ganar el concurso. Sin embargo, a la hora de establecer el precio de su oferta se enfrenta a dos objetivos en conflicto:

- Fijar un precio de licitación alto → el beneficio que obtendría la empresa si se adjudicara el contrato sería alto, pero la probabilidad de que eso suceda es baja.
- Fijar un precio de licitación bajo → el beneficio que obtendría la empresa si se adjudicara el contrato sería bajo, pero existirá una mayor probabilidad de obtenerlo. (pág.128)

Basado en la información anterior el investigador indica que el método de licitación se da en una situación especial. Se basa en las diferentes ofertas que realizan disímiles productores a una demanda determinada. En estos casos el comprador puede describir las características y condiciones que debe reunir el producto o servicio en cuestión, es posible también que las mismas sean hechas públicas a un conjunto de posibles proveedores. Este concurso lo gana el proveedor o empresa que ofrezca el menor precio, siempre que se cumplan las condiciones estipuladas.

2.2.5.4.1.3 MÉTODOS BASADOS EN LA DEMANDA

2.2.5.4.1.3.1 MÉTODO DEL VALOR PERCIBIDO

Basados en los conceptos de (Educación, 1998) dice:

Se basa en la forma en que los consumidores evalúan la información que son capaces de obtener sobre distintos productos y servicios que, como ya hemos comentado antes, marca el límite superior del precio de un producto para el consumidor.

El consumidor está dispuesto a pagar, como máximo, el valor asignado a la utilidad que le reporta el producto adquirido. Sin olvidar que dentro de esta percepción del valor de la satisfacción obtenida, se encuentra la apreciación que el consumidor hace de los costes incorporados al producto o servicio adquirido. (pág.176)

Según la información de (Casado & Sellers, 2006) deducen:

El aspecto más importante de este método son las percepciones que tienen los consumidores con relación al valor del producto, de forma que los costes de producción y comercialización en que incurre el vendedor pasan a un segundo plano. Este método constituye uno de los más utilizados para fijar el precio de los productos.

El objetivo del método es estimar el valor que los consumidores atribuyen al producto para, posteriormente, fijarle un precio acorde con ese valor. Su lógica es sencilla, ya que cuando el consumidor compra su producto compara lo que debe pagar por el (desembolso monetario) con lo que recibe a cambio (la utilidad o el beneficio que le reporta el bien adquirido), siendo el resultado de dicha comparación el valor percibido por el consumidor. (pág.247)

Según el investigador este método se determina mediante la forma en que los consumidores valoran la información que son capaces de obtener sobre diferentes productos y servicios. Además, se puede establecer el valor más alto que el consumidor está dispuesto a pagar.

2.2.5.4.1.3.2 MÉTODO DE EXPERIMENTACIÓN

Tomando como referencia información de (Educación, 1998) dice:

Consiste en ensayar diferentes precios para un mismo producto, durante un periodo determinado de tiempo, con objeto de fijar finalmente el precio más interesante a los objetivos de la empresa. Este método suele emplearse mucho por algunas empresas para la fijación de precios de nuevos productos de consumo. (pág.177)

Haciendo énfasis a (Bernat & Pinto, 2001) aduce:

Es el procedimiento más conveniente para reunir la información causal. Las actividades de un experimento incluyen, por ejemplo, seleccionar grupos de pares de sujetos y darles diferentes tratos, controlar factores inconexos y encontrar las diferencias en las respuestas del grupo. Así pues, al investigar por medio de experimentación se intenta explicar las relaciones entre causa y efecto. Muchas veces, la observación y la encuesta sirven para reunir información para la investigación experimental.

Por ejemplo, una empresa podría hacer un experimento sencillo para medir las consecuencias de dos precios. Podría introducir un producto nuevo a un precio en las tiendas de una ciudad y a otro precio en las tiendas de una ciudad y a otro precio en las de otra ciudad.

Si las ciudades se parecen y si todas las demás actividades de comercialización del producto son iguales, en tal caso las diferencias entre las ventas de las dos ciudades podrían, en tal caso las diferencias entre las ventas de las dos ciudades podrían estar en relación con el precio cobrado. Además, se podrían estar en relación con el precio cobrado. Además, se podrían realizar experimentos más complejos incluyendo otras variables y otras ubicaciones. (pág.111)

El investigador luego de analizar los conceptos anteriormente mencionados deduce que el método de experimentación, consiste en comprobar diferentes precios para asignarlos a un mismo producto, durante un período de tiempo establecido, con el propósito de fijar definitivamente el precio más apropiado, este método también puede emplearse en varias empresas para la fijación de los precios de sus nuevos productos elaborados.

2.2.5.4.1.4 MERCADO

2.2.5.4.1.4.1 PROVEEDORES

Según el punto de vista de (Sapag, 2007) indica:

En el mercado de los proveedores se deben enfocar a estudiar tres aspectos fundamentales: los precios de los insumos, la disponibilidad y la calidad.

El precio de los insumos determinara una parte de los costos del proyecto e influirá en el monto de las inversiones, tanto de activos fijos como de capital operativo. En este sentido, se deberá investigar lo que se denomina concepto ampliado del precio, el que, además de determinar los valores actuales en que se transan los insumos en el mercado y su tendencia a futuro, deberá establecer la existencia de condiciones de crédito y las políticas de descuento ofrecidas por los proveedores.

Cualquier empresa debe mantener un inventario de insumos que permita enfrentar su consumo promedio normal, más cualquier imprevisto. Si los proveedores no otorgan crédito, se deberá financiar la totalidad de los inventarios inmovilizados. Sin embargo, si los proveedores venden con

crédito, se requerirán menos recursos propios para mantener el nivel de inventarios que garantice una adecuada respuesta a los clientes.

Cuando existe disponibilidad en los proveedores para atender la nueva demanda del proyecto, el evaluador trabajara con el costo promedio observado en los insumos, por cuando lo más probable es que pueda comprar a ese precio.

Si no existe disponibilidad ni se vislumbra un crecimiento en la oferta, se deberá trabajar con el costo marginal del abastecimiento, es decir, con el costo que se deberá pagar por cada unidad adicional para obtener el insumo. (pág.57)

Tomando como referencia información de (Garcia, 2009) revela:

Todas las empresas cuentan con distintos proveedores, desde aquellos que nos facilitan insumos necesarios para nuestro negocio, pasando por suministradores de energía o telecomunicaciones, hasta otras empresas que nos ofrecen bienes de producción o servicios especializados para nuestra organización. Todo tipo de proveedores, sea cual sea su papel, puede apoyar la innovación en la empresa. (pág.53)

Se puede indicar según el investigador que los proveedores consiguen influir significativamente en los precios ya que pueden incrementar los precios de las materias primas que venden a la empresa, provocando así un cambio en los precios de los productos ofertados, subiéndolos o dejándolos como están.

2.2.5.4.1.4.2 COMPETIDORES

Haciendo referencia a (Sapag, 2007) deduce:

El estudio del mercado competidor tiene la doble finalidad de permitir al evaluador conoce el funcionamiento de empresas similares a las que se instalarían con el proyecto y de ayudarlo a definir una estrategia comercial competitiva con ellas. Sin embargo, los alcances del estudio van más allá de la sola determinación de la competencia para atender a un cliente. Además de conocer al competidor con el objetivo de evaluar la posibilidad de captar a nuevos consumidores, se debe considerar un mercado no tradicional, donde se compite por un proveedor o distribuidor. A los primeros se les denomina competidores directos, mientras que a los últimos, competidores indirectos.

El estudio del mercado competidor indirecto busca identificar las relaciones comerciales que deberá asumir el proyecto para lograr contar con personal especializado, insumos, servicios, distribuidores y proveedores que garanticen su normal funcionamiento cuando sea implementado.

El mercado competidor directo es, sin duda, la principal fuente de información a la que una persona no experta en un tema puede recurrir para conocerlo. (pág.58)

Analizando los conceptos de (Garcia, 2009) muestra:

Las empresas rivales no solo son la competencia en los mercados sino que a la vez son una fuente potencial de ideas innovadoras y de cooperación para el cambio. Por lo tanto, es crucial conocer a nuestros competidores e identificarlos adecuadamente, realizar una permanente comparación respecto a productos y procesos, y estudiar posibles alianzas para emprender un camino costoso y arriesgado en la innovación.

Este punto es clave si queremos construir una empresa innovadora.

Todo esfuerzo innovador que realice la empresa debe comenzar con un análisis del estado del arte en el sector, es decir, del grado de progreso o desarrollo científico-técnico que se ha alcanzado en una determinada cuestión. Los esfuerzos innovadores de la empresa serán improductivos sino conocemos quien es nuestra competencia y el grado de desarrollo de sus productos y servicios. (pág.57)

Basado en la información anterior el investigador indica que los competidores son aquellos negocios o empresas que ofertan productos similares a la una en común y que satisfacen las mismas necesidades del cliente, encontrándose estas en diferentes localizaciones y elaborándolos de distintas maneras son competidores.

2.2.5.4.1.4.3 DISTRIBUIDORES

Tomando información de (Sapag, 2007) indica:

En muchos casos, especialmente cuando el proyecto estudia la generación de un producto más que de un servicio, la magnitud del canal de distribución para llegar al usuario o consumidor final explicara parte importante de su costo total. Si el canal es muy grande, probablemente se llegara a más

clientes, aunque con un mayor precio final, debido a los costos y márgenes de utilidad agregados en la intermediación.

Al subir el precio por este motivo, la empresa no ve aumentados sus ingresos, pero si ve afectados sus niveles de venta, puesto que el aumento en el precio final podría hacer caer la cantidad demandada del producto. En economía, como ya se explicó, se usa el concepto de elasticidad para medir el importe de una variación en los precios finales sobre la cantidad consumida.

Al estudiar la relación entre precio y cantidad se debe, en consecuencia, trabajar con el precio al que el consumidor recibirá el producto ofertado, incluyendo el efecto de todos los costos y márgenes de intermediación.

La complejidad en este tema radica en que cada canal tiene asociados distintos costos y niveles de efectividad en las ventas. (pág.61)

Enfatizando a (Garcia, 2009) deduce:

La empresa debe, entre otras cosas, preguntarse sobre los posibles canales de distribución que tienen sus productos para llegar al mercado, implantar nuevos métodos de gestión logística en la empresa, desarrollar relaciones de confianza con nuestros distribuidores que nos permitan tener un conocimiento profundo de las posibilidades y alternativas que nos brindan. (pág.57)

Según el criterio del investigador los distribuidores son aquellos que generalmente, transfieren un bien, poniéndolos a disposición de los consumidores, para que estos sean adquiridos en varios puntos de venta.

2.2.5.4.1.4.4 CONSUMIDORES

Según el punto de vista de (Sapag, 2007) aduce:

La información que entrega el mercado consumidor es, por lo general, la más importante para el proyecto. La decisión del consumidor para adoptar una tecnología, comprar un producto o demandar un servicio, tiene componentes tanto nacionales como emocionales, por lo que la predicción del comportamiento del uso o compra del servicio o producto que ofrecerá el proyecto se hace más compleja de lo esperado.

La forma en que se hace, se ve, se usa o valora algo varia, no solo entre una sociedad y otra, sino también entre personas. Los cambios en los gustos y preferencias, los hábitos de consumos y motivaciones o el grado de

aceptabilidad y rechazo a una campaña promocional varían para cada proyecto y lugar, dado el fuerte componente subjetivo de la decisión.

En general, se puede afirmar que los principales factores subjetivos o emocionales se asocian con la moda, la marca, el nivel de exclusividad y la confianza sobre aspectos inmedibles por el decisor, los que son fundamentales en el momento de optar: existencia de repuestos, servicio de posventa, etcétera.

Por otra parte, entre los factores objetivos o racionales se destacan la comparación de precios, formas y condiciones de crédito o a la antigüedad y prestigio de la empresa. (pág.62)

Tomando información de (Garcia, 2009) dice:

La identificación de los requerimientos y necesidades de los clientes es una de las fuentes principales de la innovación tecnológica dentro del nuevo paradigma tecno-económico. Por lo tanto, para la empresa innovadora es fundamental conocer a sus clientes, detectar el cambio de gustos, preferencias y nuevas demandas y estar vigilante sobre los cambios fundamentales que se puedan producir en su sector de actividad y en las tendencias tecnológicas.

Los gustos y preferencias de los consumidores se reorientan día tras día, influenciados por los cambios sociales, demográficos, tecnológicos, económicos o políticos. Si la empresa no está al día de cuáles son esas tendencias, de cómo se están modificando continuamente los gustos de los consumidores, difícilmente podrá responder con una proposición de valor. (pág.50)

Para el investigador los consumidores son aquellas personas que acceden a consumir un producto o servicio a cambio de un valor monetario específico, llamaos también clientes son de gran importancia ya que aportan económicamente de una manera significativa a la empresa productora de dichos bienes y servicios.

2.2.5.4.1.5 INDICADORES

2.2.5.4.1.5.1 ÍNDICE DE ROTACIÓN DE PRODUCTOS

Haciendo énfasis a la información de (Brenes, 2015) revela:

El índice de rotación indica el número de veces que se renueva el stock por término medio durante un periodo de tiempo, normalmente de un año.

Para su cálculo se emplea la siguiente fórmula:

Índice de rotación= (Salidas durante el periodo / Stock medio)

Aunque este índice sirve para conocer la rotación de los productos en relación con sus ventas, en la gestión de los almacenes se puede emplear para conocer las salidas de mercancía destinadas a un determinado proceso empresarial, en función de la cantidad que consume dicho proceso.(pág.52)

Haciendo hincapié a la información de (Palomares, 2012) deduce:

De acuerdo con esta estrategia de localización, las diferentes secciones o categorías de productos que forman el surtido de un determinado comercio, se dividen o clasifican en tres grupos en función de su índice de rotación y en un tiempo determinado:

- Secciones o categorías de productos con un índice de rotación bajo y /o moderado.
- Secciones o categorías de productos con un índice de rotación alto
- Productos con un índice de rotación máximo o “Productos destino”.

La interpretación de los índices de rotación de las existencias debe ser objeto de un análisis estadístico e informatizado. El índice de rotación anual de las existencias indica cuantas veces las referencias totales se han renovado en un determinado periodo de tiempo. Se calcula según los siguientes ratios:

Rotación de existencias= (coste anual de las ventas / Promedio de existencia)

El cociente que resulta de dividir por 365 días este ratio, da el periodo medio de rotación, o lo que es igual, el tiempo que se tarda en vender los productos en existencia.

Si se quiere calcular el plazo promedio de venta o de rotación, bastara con dividir el resultado obtenido en la fórmula anterior por 365. (pág.212)

Analizando la información anterior el investigador puede decir que el índice de rotación anual de productos mide el número de veces que las existencias totales se han renovado en un tiempo determinado, mediante un cálculo especificado.

2.2.5.4.1.5.2 ÍNDICE DE PRECIOS DE CONSUMOS

Analizando la información de (Office, 2000) dice:

El objetivo del índice de los precios del consumo es medir los cambios ocurridos a lo largo del tiempo en el nivel general de los precios de los bienes y servicios adquiridos, consumidos o pagados por la población de referencia para su consumo. La estimación del índice de los precios del consumo se lleva a cabo como una serie de mediciones de las variaciones relativas, de un periodo a otro, de los precios d un conjunto fijo, constante en cantidades y características, de bienes y servicios de consumo adquiridos, consumidos o pagados por la población de referencia. Cada medición es calculada como una media ponderada de un gran número de índices de agregados elementales. Los índices de cada agregado elemental son estimados utilizando una muestra de precios de un grupo determinado de bienes o servicios obtenidos en, o por residentes de, una región específica, a partir de un conjunto establecido de puntos de venta u otras fuentes de información. (pág.67)

Según la investigación de (OECD, 2008) indica:

El objetivo de un índice de precios al consumo es la medida de las variaciones a través del tiempo del nivel general de los precios de los bienes y servicios adquiridos, utilizados o pagados por la población de referencia para su consumo. Este índice se estima a partir de una serie de medidas sintéticas de las variaciones relativas entre dos periodos, de los precios de un conjunto fijo de bienes y servicios de consumo constantes en cantidad y en características, adquiridos, utilizados o pagados por la población de referencia. Cada medida sintética se obtiene como un promedio ponderado de un gran número de índices de precios de agregados elementales. el índice de cada agregado elemental se estima a través de una muestra de precios de un conjunto fijo de bienes y servicios que obtienen los individuos de la población de referencia en una región determinada, o que habitan en dicha región, en un conjunto específico de puntos de venta o ante otros proveedores de bienes y servicios de consumo.(pág.144)

Para el investigador el índice de precios de consumos (IPC) es aquel que se utiliza para medir la progreso de los precios de bienes y servicios a descubrir cuál de ellos es el más representativo en cuanto al gasto de consumo, también es utilizado como indicador para calcular índices de contabilidad, endeudamiento, salarios y estimación del costo de vida.

2.3 PREGUNTAS DIRECTRICES Y/O HIPÓTESIS

2.3.1 PREGUNTAS DIRECTRICES

¿De qué manera son asignados los costos de producción en el sector avícola del cantón Píllaro?

¿Cuál es el factor más notable que dificulta la fijación del precio de venta adecuado en el sector avícola del cantón Píllaro?

¿Cómo se debe establecer correctamente la determinación de costos de producción para la fijación del precio de venta en el sector avícola del cantón Píllaro?

2.3.2 HIPÓTESIS

La determinación de los costos de producción afecta en la fijación del precio de venta en el sector avícola del cantón Píllaro.

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA

3.1 MODALIDAD, ENFOQUE Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El proyecto de investigación tendrá un enfoque cuali-cuantitativo por las siguientes razones:

Según (Gómez M. , 2006) en su libro deduce:

A lo largo de la historia de la ciencia y la filosofía han surgido diversas corrientes de pensamiento tales como el Materialismo Dialectico o el Positivismo, solo por citar algunas, las cuales han dado origen diferentes caminos en la búsqueda de conocimiento. Y debido a los diferentes postulados que sustentan, desde la segunda mitad del siglo XX estas corrientes se han polarizado en dos enfoques principales: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo de la investigación.

No obstante, actualmente, se ha superado esta polémica y existe una convicción de que ambos enfoques, no excluyen, ni se sustituyen, sino que combinados apropiadamente, enriquecen la investigación.

Similitudes y diferencias

Con ciertas particularidades, ambos enfoques (cuantitativo y cualitativo) utilizan cinco fases interrelacionadas entre sí:

- a) Llevan a cabo observación y medición de fenómenos. (trabajo de campo)
- b) Establecen suposiciones o conjeturas como consecuencia de la observación realizada. (suelen generar hipótesis)
- c) Prueban e intentan demostrar el grado en que las suposiciones o conjeturas tienen fundamento. (buscan insertarlas en una teoría)
- d) Revisan tales suposiciones sobre la base del análisis de la información recabada.
- e) Abren el camino a nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, y/o fundamentar las suposiciones, o incluso para generar otras. (pág. 58)

3.1.1 ENFOQUE CUANTITATIVO

Tomando información de (Gómez M. , 2006) menciona:

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo, y el uso de la estadística para intentar establecer con exactitud patrones en una población. (Por ejemplo un censo es un enfoque cuantitativo del estudio demográfico de la población de un país). (pág. 59)

Para la investigación en el sector avícola del cantón Píllaro el enfoque cuantitativo es de gran utilidad porque se desarrolla mediante un proceso sistemático, formal y objetivo, que levanta datos numéricos con el objetivo de recolectar información que sirva como material, para luego de ser analizados obtener resultados válidos y confiables.

La orientación cuantitativa tiene por objeto medir el grado de relación que tiene la variable independiente (Determinación de Costos de Producción) por la variable dependiente (Fijación del Precio de Venta).

3.1.2 ENFOQUE CUALITATIVO

La información de (Gómez M. , 2006) exterioriza:

El enfoque cualitativo, por lo común, se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. A veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis. Con frecuencia se basa en, todos de recolección de datos sin medición numérica, sin conteo. Utiliza las descripciones y las observaciones.

Por lo regular, las preguntas e hipótesis surgen como parte del proceso de investigación y este es flexible, y se mueve entre los eventos y su interpretación entre las respuestas y el desarrollo de la teoría. Su propósito consiste en “reconstruir” la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido. A menudo se llama “holístico”, porque se precia de considerar el “todo”, sin reducirlo al estudio meramente numérico de sus partes.

Ninguno es intrínsecamente mejor que el otro, solo constituyen diferentes aproximaciones, diferentes maneras de abordar el estudio de un fenómeno.

Un estudio cuantitativo regularmente elige una idea, que trasforma en una o varias preguntas de investigación relevantes; luego de estas deriva hipótesis y define variables; desarrolla un plan para probar las hipótesis (diseña investigación); mide las variables en un determinado contexto; analiza las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando la estadística), y establece una serie de conclusiones respecto de la(s) hipótesis. Sus resultados son informes estadísticos que por lo general utilizan gráficos para su mejor interpretación.

Las investigaciones cualitativas son guiadas por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de información, porque no las presuponen, sino que las derivan de las observaciones que van realizando. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y, después, para refinarlas y responderlas (o probar hipótesis). La investigación se mueve dinámicamente en unida y vuelta entre los “hechos” que se van observando y su interpretación, en ambos sentidos. (pág. 60-61)

Para la investigación en el sector avícola del cantón Píllaro el enfoque cualitativo es de gran importancia porque estudia la realidad en su contenido natural y cómo ocurre, obteniendo e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas participantes. utiliza diversos instrumentos para recolectar información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se detallan los problemas y las situaciones que se encuentran en las personas implicadas.

La orientación cualitativa es porque se persigue la determinación de las características que tiene la variable independiente (Determinación de Costos de Producción) y las características de la variable dependiente (Fijación del Precio de Venta).

3.1.3 MODALIDADES BÁSICAS DE INVESTIGACIÓN

El presente proyecto está sustentado en las siguientes modalidades de investigación:

3.1.3.1 INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Según la información de (Arias, 2013) define:

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes, de allí su carates de investigación no experimental.

Claro está, en una investigación de campo también se emplea datos secundarios, sobre todo los provenientes de fuentes bibliográficas, a partir de los cuales se elabora el marco teórico. No obstante, son los datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, lo esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado. La investigación de campo, al igual que la documental, se puede realizar a nivel exploratorio, descriptivo y explicativo. (pág.31)

Para el investigador la investigación de campo es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos, es donde el investigador toma contacto en forma directa con la investigación realizada, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto. Además, es necesario tomar las siguientes consideraciones: planificar el tiempo, disponer de recursos humanos y técnicos, trasladarse al sitio de la investigación, conocer el lugar, comunicarse con las personas que necesitamos.

3.1.3.2 INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA

Según (Tapia, 2011) dice que Investigación 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).”

Analizando la definición anterior mencionada el investigador indica que investigación bibliográfica es un método que está compuesto de técnicas y estrategias que se emplean para localizar, identificar y obtener información contenida en documentos que son de gran importancia en la investigación.

3.1.3.3 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Haciendo énfasis a (Bernal, 2006) dice:

La investigación documental consiste en un análisis de la investigación escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto del tema objeto de estudio; las principales fuentes documentales son: documentos escritos (libros, periódicos, revistas, actas notariales, tratados, conferencias transcritas, etcétera), documentos fílmicos (películas, diapositivas, etcétera) y documentos grabados (discos, cintas, casetes, disquetes, etcétera). (pág. 110)

El investigador puede decir que la investigación documental está constituida de estrategias, donde se observa realidades teóricas, documentos, etc. recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes, que sirven como base fundamental para el desarrollo de la investigación realizada. Además, se puede definir a la investigación documental como parte esencial de un proceso de investigación científica, constituyéndose en una estrategia donde se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades teóricas usando para ello diferentes tipos de documentos, teniendo como finalidad obtener resultados que pudiesen ser base para el desarrollo de la creación científica.

3.1.4 NIVEL O TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.1.4.1 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

Tomando como referencia información de (Namakforoosh, 2005) define:

El objetivo principal de la investigación exploratoria es captar una perspectiva general del problema. Este tipo de estudios ayuda a dividir un problema muy grande y llegar a unos subproblemas, más precisos hasta en la forma de expresar las hipótesis. Muchas veces se carece de información precisa para desarrollar buenas hipótesis. La investigación exploratoria se puede aplicar para general el criterio y dar prioridad a algunos problemas.

El estudio exploratorio también es útil para incrementar el grado de conocimiento del investigador respecto al problema. Especialmente para un investigador que es nuevo en el campo del problema.

El estudio exploratorio se puede utilizar para descifrar conceptos. Por ejemplo, el administrador ejecutivo desea considerar algunos cambios en sus políticas de servicios, donde su idea es que como resultado de tales cambios se incremente la satisfacción de los distribuidores.

En síntesis, los estudios exploratorios pueden servir para los siguientes propósitos:

- Formular problemas para estudios más precisos o para desarrollo de hipótesis.
- Establecer prioridades para futuras investigaciones.
- Recopilar información acerca de un problema que luego se dedica a un estudio especializado particular.
- Aumentar el conocimiento respecto del problema
- Aclarar conceptos. (pág. 89)

Se puede decir que la investigación exploratoria es aquella que pretende dar una visión general aproximada, con respecto a una realidad. Esta investigación se realiza especialmente cuando el tema plantado es poco explorado por lo tanto difícil de formular una hipótesis, también puede surgir cuando los recursos del investigador son escasos para profundizar en el trabajo investigativo.

3.1.4.2 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Según la información de (Namakforoosh, 2005) muestra:

La investigación descriptiva es una forma de estudio para saber quién, donde, cuando, como y porque del sujeto del estudio. En otras palabras, la información obtenida en un estudio descriptivo, explica perfectamente a una organización el consumidor, objetos, conceptos y cuentas. Se usa un diseño descriptivo para hacer una investigación, cuando el objetivo es:

- Describir las características de ciertos grupos. Por ejemplo, con base en los datos obtenidos de los usuarios de ciertos servicios públicos se quiere desarrollar el perfil de usuarios, “porcentaje de usuarios”. Respecto a factores demográficos y socioeconómicos.
- Calcular la proporción de gente en una población específica que tiene ciertas características. Por ejemplo, se quiere calcular la proporción de indígenas del grupo otomí que trabajaran en la industria automotriz.
- Pronosticar, por ejemplo, la venta para los próximos cinco años y usarla como base en la planificación. (pág. 91)

Analizando lo anteriormente mencionado el investigador deduce que la investigación descriptiva tiene el propósito de describir situaciones y eventos, los estudios descriptivos examinan específicamente las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que pueden ser sometidos a un análisis para luego ser medidos, tabulados o evaluados independientemente en diversos ámbitos.

3.1.4.3 INVESTIGACIÓN CORRELACIONAL

De acuerdo a (Martínez, 2011) revela:

Los estudios correlacionales son el precedente de las investigaciones experimentales y tienen como objeto medir el grado de asociación entre dos o más variables, mediante herramientas estadísticas de correlación. En este nivel no es importante el orden de presentación de las variables, lo fundamental es determinar el grado de relación o asociación existente. Es un ejemplo de este tipo de investigación que intente asociar el coeficiente intelectual de las personas de la tercera edad de la región norte de México con la calidad de vida que tienen. (pág.48)

El investigador deduce que la investigación correlacional es un tipo de estudio descriptivo el cual tiene como finalidad determinar el grado de relación o asociación no causal existente entre dos o más variables. Se caracterizan porque primero se miden las variables y después mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación. La investigación correlacional no establece directamente relaciones causales, puede contribuir con indicios sobre las posibles causas de un fenómeno.

3.1.5 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para la recolección de la información, se aplicará una técnica de investigación e instrumento de recolección, que se detalla a continuación:

3.1.5.1 ENCUESTA

Según (Alvira, 2011, pág. 1) indica que “La encuesta es sin duda la metodología de investigación más utilizada en ciencias sociales y en el funcionamiento habitual de los gobiernos, los cuales se apoyan en la información recogida en las encuestas para realizar las estadísticas.”

El investigador puede añadir que la encuesta es una técnica, que permite obtener información valiosa, es decir, es una técnica destinada a obtener datos de varias personas, cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, se fundamenta un instrumento que es el cuestionario, el cual consiente en; desarrollo de una investigación continua, obtener información a través de un método de preguntas escritas, las mismas que se otorgan al informante con el fin de obtener información que conteste por escrito.

3.2 POBLACIÓN, MUESTRA Y UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

El sector avícola en el cantón Píllaro, está compuesto por cuatro avícolas, Avícola Mayorga, Avícola Andrea-Anahí Espín, Avícola Santa Lucía, Avícola El Placer. Las cuales tres de ellas se dedican solo a la producción de huevos, una de avícola se dedica a la producción de huevos y crianza de pollos de engorde. Debido a esto, la exploración para esta investigación va a ser dirigida a un solo producto y especie; por lo cual se ha escogido una sola especie; las gallinas ponedoras, por lo que se define como principal producto al huevo de color castaño. El huevo llega hacia el consumidor para su uso directo o puede ser utilizarlo en varios tipos de consumo, manjares, dulces, repostería, etc. Los compradores que demandan el consumo de huevos, principalmente son los habitantes del cantón Píllaro, estos son los que consumen la mayor parte de la producción.

3.2.1 POBLACIÓN

Según (Malhotra, 2004, pág. 315) la población “es el total de todos los elementos que comparten algún conjunto de características comunes y que comprenden el universo del propósito del problema de investigación de mercados.”

Para el investigador la población es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado, y para cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

3.2.2 MUESTRA

Para (Malhotra, 2004, pág. 315) la muestra es “un subgrupo de población seleccionado para participar en el estudio. Las características de la muestra llamada estadística se utilizan para hacer deducciones acerca de los parámetros de la población.”

Según el investigador la muestra de una población es aquella que se obtiene luego de realizar un proceso estadístico que consiste en tomar un subgrupo de sujetos que sea representativo de toda la población, la muestra debe tener un tamaño suficiente como para garantizar un análisis correcto. Generalmente, el muestreo se realiza porque es imposible probar a cada individuo de la población. También se lleva a cabo para ahorrar tiempo, dinero y esfuerzos mientras se realiza la investigación.

Tabla 8 Población

SUJETO DE INVESTIGACIÓN	DIRECCIÓN	POBLACIÓN
Avícola Mayorga	Parroquia San Andrés , cantón Píllaro Barrio Guapante Grande, sector la playa	1
Avícola Anahí- Andrea Espín	Parroquia Presidente Urbina / Barrio Tres Esquinas	1
Avícola Santa Lucia	Cantón Píllaro, Parroquia San Andrés Barrio Sector Guapante Grande calle vía a Salcedo	1
Avícola El Placer	AV. Circunvalación s/n Parroquia: Ciudad nueva, después de la entrada Pelileo, atrás colegio Jorge Álvarez	1

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Debido a que existe una población pequeña en el sector al cual está enfocada la investigación, se trabajara con toda la población; es decir no implica relevancia para realizar el cálculo de la muestra.

Por lo tanto, serán encuestados 4 representantes del sector avícola del cantón Píllaro.

3.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

3.3.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

Tabla 9 Variable Independiente; Determinación Costos de Producción

CONCEPTO	CATEGORÍAS O DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS / INSTRUMENTOS
La determinación de los costos de producción está compuesta por los valores monetarios tanto de la <u>materia prima directa</u> , la <u>mano de obra directa</u> y los <u>costos indirectos de fabricación</u> que interviene en la transformación de un producto en proceso a producto terminado, los cuales son asignados en sus respectivos procesos.	MATERIA PRIMA DIRECTA	Calidad	¿Existe un control de manejo y sanidad en los alimentos que consumen las aves?	Encuesta
		Precio	¿Mediante que se realiza la compra de los alimentos que consumen las aves?	Encuesta
		Cantidad	¿La cantidad de alimentos comprados abastece el consumo de las aves?	Encuesta
		Control Contable	¿Se lleva un registro de existencia de las aves? ¿Se lleva un control de la mortalidad de las aves?	Encuesta
	MANO DE OBRA DIRECTA	Salario	¿Qué tipo de remuneración percibe el personal encargado de	Encuesta

			la producción?	
		Eficiencia	¿Existe un control sobre las actividades asignadas que realiza el personal de producción?	Encuesta
	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	Asignación	¿Qué método de costeo se aplica para el cálculo del costo de producción que incurre en la crianza de las aves? ¿Es necesario la implementación de un método de costeo para la adecuada asignación de los elementos del mismo en el proceso productivo de la avícola?	Encuesta

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

3.3.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

Tabla 10 Variable Dependiente; Fijación del Precio de Venta

CONCEPTO	CATEGORÍAS O DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS / INSTRUMENTOS
La fijación del precio de venta es la estimación de un <u>valor monetario</u> el cual es agregado a los <u>productos y servicios</u> que ofrece una empresa, que de acuerdo a sus <u>políticas</u> serán cobrados a los consumidores en el <u>mercado</u> con el objetivo de obtener una utilidad.	VALOR MONETARIO	Rentabilidad	¿Se ha incremento el volumen de venta de huevos en el primer semestre de 2015?	Encuesta
		Precio	¿El precio de la cubeta de huevos ofrecida en el mercado está entre?	Encuesta
	PRODUCTOS	Cantidad	¿Qué destino tienen los huevos defectuosos? ¿La producción de huevos cubre la demanda del mercado?	Encuesta
	SERVICIOS	Eficiencia	¿Cómo se distribuyen los huevos a los clientes?	Encuesta
	POLITICAS DE COBRO	Tiempo	¿Mediante qué forma de pago son efectuadas las ventas de	Encuesta

			los huevos?	
	MERCADO	Eficacia	<p>¿En base a que es fijado el precio de venta de los huevos?</p> <p>¿Los precios de venta que mantiene la avícola son competitivos en el mercado?</p> <p>¿Es indispensable la implementación de un método para la fijación del precio de venta de los huevos?</p>	Encuesta

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

3.4 DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS

3.4.1 PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Tabla 11 Plan de Recolección de la Información

PREGUNTAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Para comprobar la hipótesis
2. ¿A qué persona o sujeto?	Gerente, Contador.
3. ¿Sobre qué aspecto?	Determinación de Costos de Producción Fijación del Precio de venta
4. ¿Quién?	Carrillo Moncayo Diana Aracelly
5. ¿Cuándo?	En el mes de Agosto del 2015
6. ¿Lugar de recolección de la información?	Provincia de Tungurahua, cantón Píllaro
7. ¿Cuántas veces?	Las necesarias
8. ¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta
9. ¿En qué situación?	Acontecimientos normales en el lugar

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

3.4.2 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Una vez que se ha obtenido la información primaria al explicar el instrumento de recolección de la información se realiza el siguiente proceso.

- 1.** Elaboración de los instrumentos de recolección de la información
- 2.** Validación de los instrumentos
- 3.** Revisión y ajuste a los instrumentos de recolección de la información
- 4.** Prueba piloto aplicado a una población semejante a la del objeto investigado
- 5.** Finiquitación y ajuste a los instrumento de recolección de la información
- 6.** Aplicación de los instrumentos de recolección de la información a la población del objeto de la investigación
- 7.** Tabulación y presentación de la información recolectada en cuadros y gráficos
- 8.** Análisis e interpretación de los datos confrontado con el marco teórico
- 9.** Aplicación del modelo estadístico para la comprobación de la hipótesis
- 10.** Conclusiones y recomendaciones

CAPÍTULO IV

4 RESULTADOS

4.1 PRINCIPALES RESULTADOS

4.1.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación se presenta los resultados obtenidos de un estudio profundo realizado, a través de una recopilación de datos en encuestas. Este proceso se realizó a una población de 4 representantes con un instrumento de encuesta conformada por 18 preguntas básicas.

Estos datos recopilados serán tabulados, analizados e interpretados de acuerdo como sea el resultado obtenido.

4.1.1.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Pregunta 1.- ¿Existe un control de manejo y sanidad en los alimentos que consumen las aves?

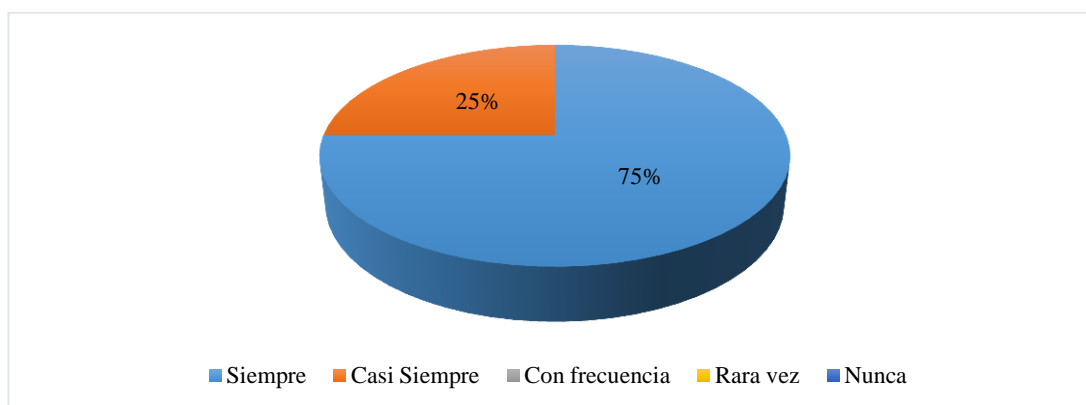
Tabla 12 Manejo y sanidad de alimentos

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
Siempre	3	3	75%
Casi Siempre	1	4	25%
Con frecuencia	0	4	0%
Rara vez	0	4	0%
Nunca	0	4	0%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 13 Manejo y sanidad de alimentos



Elaborado por: Carrillo Diana,
(2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada con respecto al control de la calidad sanitaria de los alimentos que consumen las aves en las 4 avícolas, el 75% de los gerentes contestaron que si realizan siempre un control sanitario de los alimentos, mientras que el 25% opto por decir que casi siempre realiza dicho control.

Interpretación:

Con el resultado obtenido en la encuesta correspondiente a la pregunta aplicada a los gerentes de las avícolas ubicadas en el cantón Píllaro, indican que la mayor parte de las avícolas realizan siempre un control de la calidad sanitaria de los alimentos que consumen las gallinas ponedoras, y una gran minoría lo realiza casi siempre, por esta razón se debe definir un control adecuado para mejorar su desarrollo.

Pregunta 2.- ¿Mediante que se realiza la adquisición de los alimentos que consumen las aves?

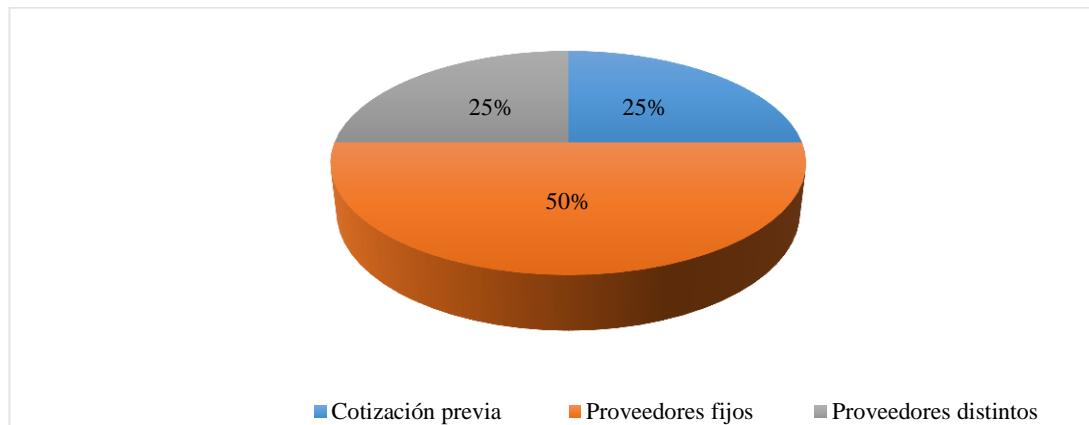
Tabla 13 Adquisición de los alimentos

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
Cotización previa	1	1	25%
Proveedores fijos	2	3	50%
Proveedores distintos	1	4	25%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 14 Adquisición de los alimentos



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada con respecto a la adquisición de alimentos el 25% de los gerentes realizan cotización previa, mientras que el 50% realizan la compra a proveedores fijos y por ultimo otro 25% lo hacen con proveedores distintos.

Interpretación:

Con el resultado obtenido en la encuesta correspondiente a la pregunta realizada a los gerentes de las avícolas ubicadas en el cantón Píllaro, algunos de ellos indicaron que adquieren el alimento para sus aves mediante compras a proveedores fijos, otro lo obtiene mediante la realización de una cotización previa, y otro adquiere o compra el alimento para sus aves con proveedores distintos.

Pregunta 3.- ¿La cantidad de alimentos comprados abastece el consumo de las aves?

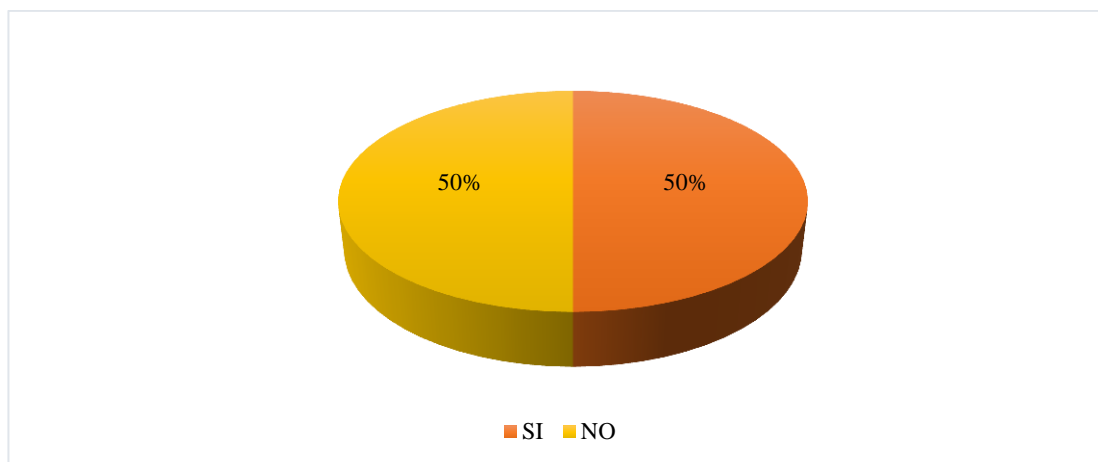
Tabla 14 Cantidad de alimentos comprados

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
SI	2	2	50%
NO	2	4	50%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 15 Cantidad de alimentos comprados



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada con respecto a la cantidad de alimentos comprados el 50% de los gerentes consideran que la cantidad de alimentos si cubren el consumo de sus aves, mientras que el 50% restante determina que la cantidad adquirida no es suficiente.

Interpretación:

Con el resultado obtenido en la encuesta correspondiente a la pregunta aplicada a los gerentes de las avícolas ubicadas en el cantón Píllaro, afirman que la cantidad de alimento adquirido es apropiado y cubre la necesidad alimenticia de las aves, mientras que un gerente menciona que la cantidad de alimento que adquiere no abastece el consumo de las aves por lo cual es necesario llevar un control de la cantidad de alimento para que este no se termine antes del tiempo determinado.

Pregunta 4.- ¿Se lleva un registro de existencia de las aves?

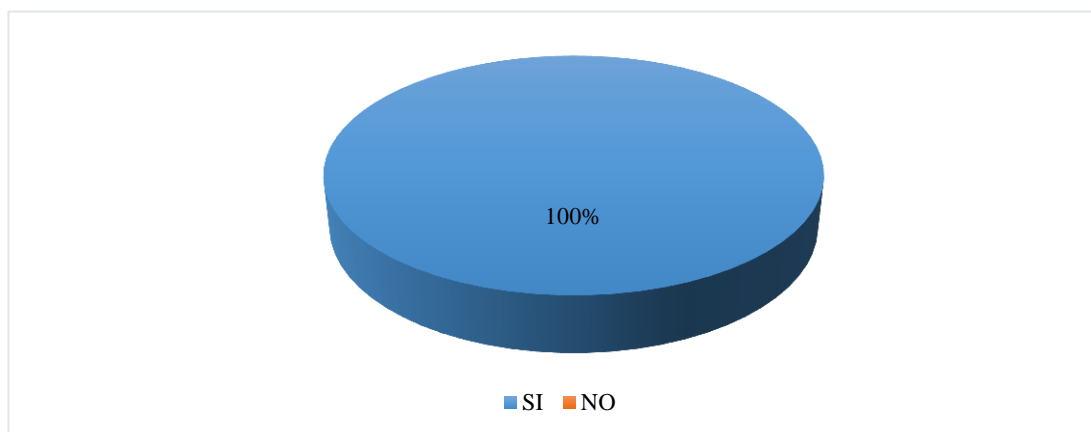
Tabla 15 Registro de existencia de aves

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
SI	4	4	100%
NO	0	4	0%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 16 Registro de existencia de aves



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada con respecto al registro de existencia de las aves el 100% de los gerentes de las avícolas supieron responder que si realizan estrictamente dicho control, por ende se sobreentiende el ninguno deja de hacerlo.

Interpretación:

Con el resultado obtenido en la encuesta correspondiente a la pregunta realizada se confirma que las avícolas realizan un control de la existencia de aves en sus planteles avícolas, puesto que esto es de gran importancia para saber si se va a obtener la producción de huevos que cubre la demanda de su mercado, además se pudo conocer que mediante la realización del control de existencia de las aves por los encargados, se puede lograr detectar algunas enfermedades que pueden estar afectando a las aves y por consecuencia a los huevos producidos.

Pregunta 5.- ¿Se lleva un control de la mortalidad de las aves?

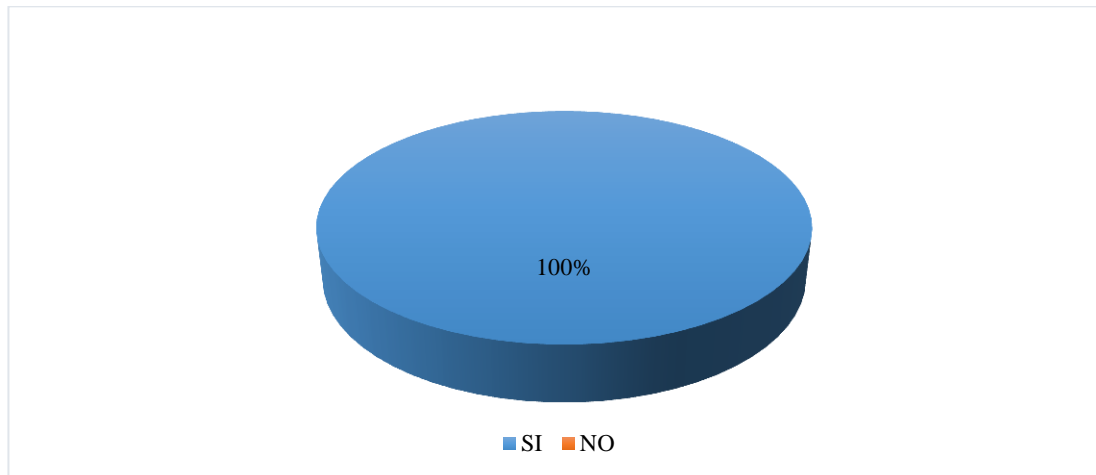
Tabla 16 Control de mortalidad de las aves

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
SI	4	4	100%
NO	0	4	0%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 17 Control de mortalidad de las aves



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada con respecto al control de mortalidad de las aves el 100% de los gerentes de las avícolas realizan un dicho control, es decir que ninguno de ellos no deja de hacer este control.

Interpretación:

Con el resultado obtenido en la encuesta correspondiente a la pregunta realizada se ratifica que las avícolas realizan un control de mortalidad de las aves en sus planteles avícolas, puesto que esto es de gran importancia para conocer el número de aves vivas y por ende mantener la salubridad en sus planteles, además mediante la investigación realizada se pudo conocer que el porcentaje de mortalidad aceptado en esta actividad agroindustrial es del 3% , es importante citar que las aves muertas tienen como destino un tratamiento diferente el cual es ser procesadas para la elaboración de balanceado.

Pregunta 6.- ¿Qué tipo de remuneración percibe el personal encargado de la producción?

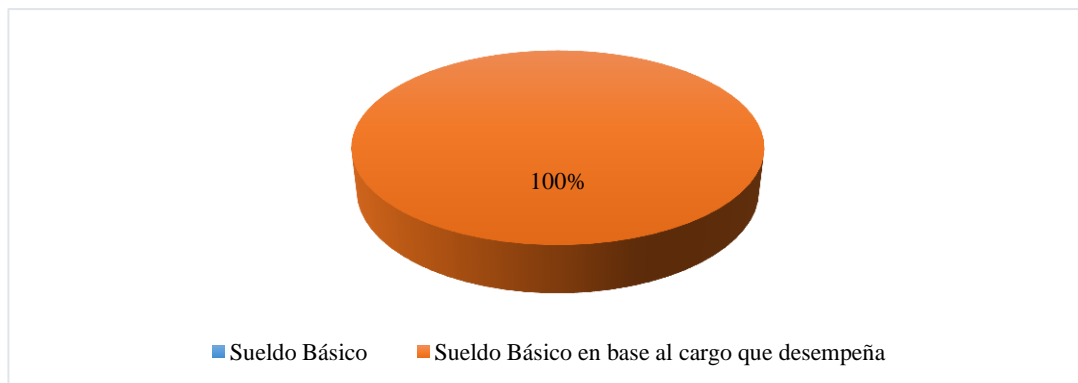
Tabla 17 Remuneración que percibe el Personal de Producción

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
Sueldo Básico	0	0	0%
Sueldo Básico en base al cargo que desempeña	4	4	100%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 18 Remuneración que percibe el Personal de Producción



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada con respecto a la remuneración que percibe el Personal de Producción los gerentes indicaron que el 100% perciben una remuneración dependiendo del cargo que realizan.

Interpretación:

Con el resultado obtenido en la encuesta correspondiente a la pregunta aplicada a los gerentes de las avícolas ubicadas en el cantón Píllaro, se entiende que el personal de producción de los planteles avícolas percibe una remuneración dependiendo del cargo que realizan, ya que ellos personalmente son los que se encargan del cuidado, limpieza, crianza, recolección y otros trabajos que implica la crianza de las aves y la recolección de huevos.

Pregunta 7.- ¿Existe un control al Personal Producción en las actividades que les son asignadas?

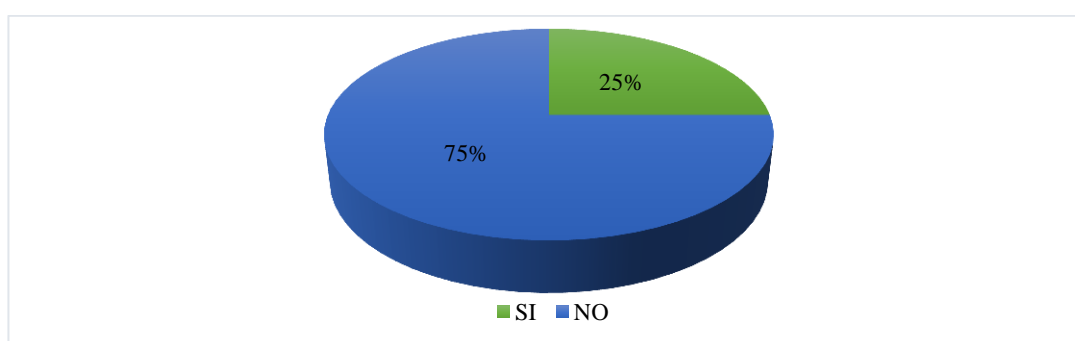
Tabla 18 Control al Personal de Producción

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
SI	1	1	25%
NO	3	4	75%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 19 Control al Personal de Producción



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada con respecto al control de actividades que realiza el Personal de Producción el 75% de los gerentes indicaron que no realizan un control de las actividades asignadas al personal inmerso en el proceso productivo, mientras que el 25% opino que si realizan dicho control.

Interpretación:

Con el resultado obtenido en la encuesta correspondiente a la pregunta aplicada a los gerentes de las avícolas ubicadas en el cantón Píllaro, se puede confirmar que las avícolas en su mayoría no manejan un control de actividades que son asignadas a su personal productivo, mientras que un gerente indico que para él es muy importante controlar las actividades de su personal ya que ellos son quienes siempre deben estar pendientes en lo referente a la crianza de aves y la producción de huevos.

Pregunta 8.- ¿Qué método de costeo se aplica para el cálculo del costo de producción que incurre en la crianza de las aves?

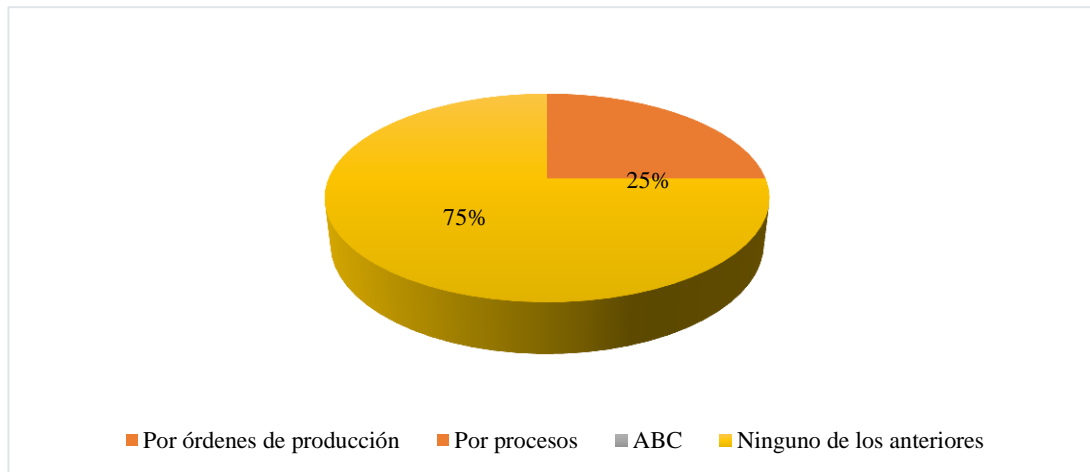
Tabla 19 Método de costeo que se aplica en la avícola

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
Por órdenes de producción	1	1	25%
Por procesos	0	1	0%
ABC	0	1	0%
Ninguno de los anteriores	3	4	75%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 20 Método de costeo que se aplica en la avícola



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada con respecto al método de costeo que aplican las avícolas el 75% de los gerentes contestaron que no tienen establecido un método de costeo lo cual indica que los llevan en base a la experiencia, mientras que el otro 25% respondió que sus costos lo llevan mediante el método por órdenes de producción.

Interpretación:

Con el resultado obtenido en la encuesta correspondiente a la pregunta aplicada a los gerentes de las avícolas ubicadas en el cantón Píllaro, se puede decir que es totalmente necesario la implantación de un método de costeo adecuado para las avícolas ya que el control del proceso productivo de las aves es de gran utilidad e importancia para determinar los costos de producción porque a través de este podrán obtener mejores índices de producción y rentabilidad.

Pregunta 9.- ¿Es necesario la implementación de un método de costeo para la adecuada asignación de los elementos del mismo en el proceso productivo de la avícola?

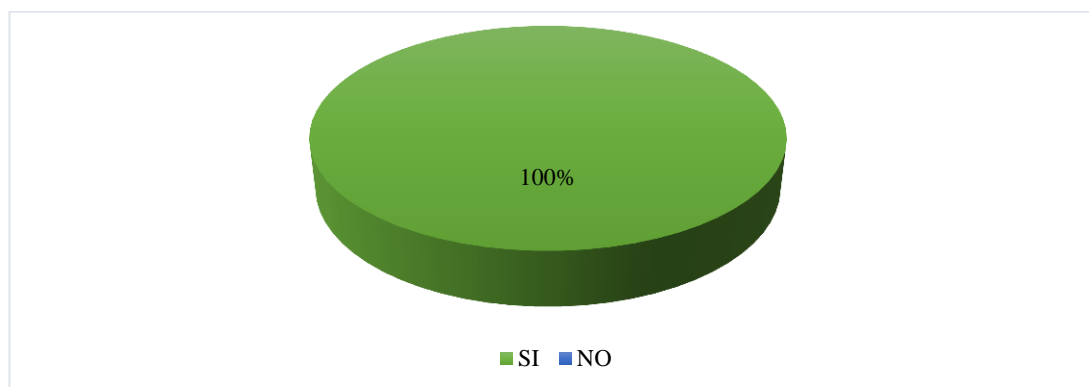
Tabla 20 Implementación de método de costeo

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
SI	4	4	100%
NO	0	4	0%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 21 Implementación de método de costeo



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada con respecto a la implementación de un método de costeo el 100% de los gerentes de las avícolas consideran que si es apropiado implementar un método para la determinación de costos de producción.

Interpretación:

Con el resultado obtenido en la encuesta correspondiente a la pregunta aplicada a los gerentes de las avícolas ubicadas en el cantón Píllaro, se confirma que es necesario la implementación un método para la determinación de costos de producción ya que podrán obtener una adecuada asignación de los mismos en el proceso productivo de las aves, puesto que el cálculo que utilizan actualmente y como llevan la información contable no provee información oportuna y tampoco se apega a la necesidad de la administración ya que este no está correctamente aplicado.

Pregunta 10.- ¿Se ha incrementado el volumen de ventas de huevos en el primer semestre de 2015?

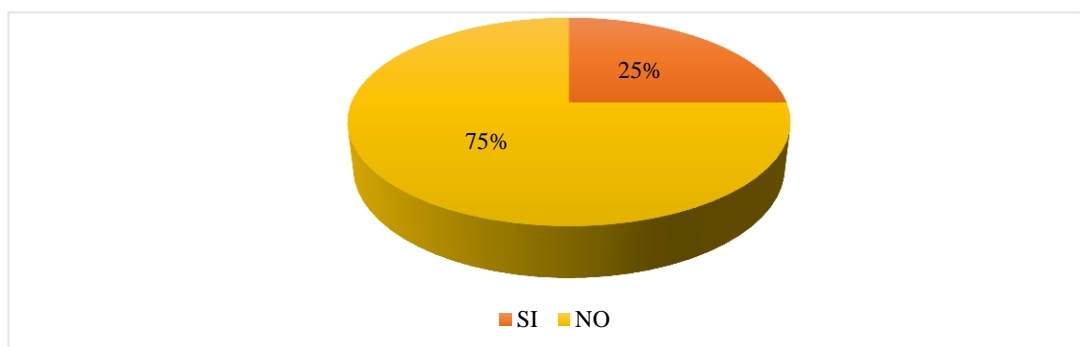
Tabla 21 Volumen de ventas de huevos

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
SI	1	1	25%
NO	3	4	75%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 22 Volumen de ventas de huevos



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada con respecto al incremento del volumen de ventas en el primer semestre de 2015 el 75% de los gerentes consideran que el volumen de sus ventas de huevos no se ha visto incrementado. Por otro lado 25% restante considera que si se han incrementado dichas ventas.

Interpretación:

Con el resultado obtenido en la encuesta correspondiente a la pregunta aplicada a los gerentes de las avícolas ubicadas en el cantón Píllaro, se dice que la mayoría de los gerentes de las avícolas consideran que sus ingresos no son altos en cuanto a la producción y comercialización de huevos, pero tienen la finalidad de expandir su negocio, encontrando una manera de mejorar su utilidad.

Pregunta 11.- ¿El precio de la cubeta de huevos ofrecida en el mercado está entre?

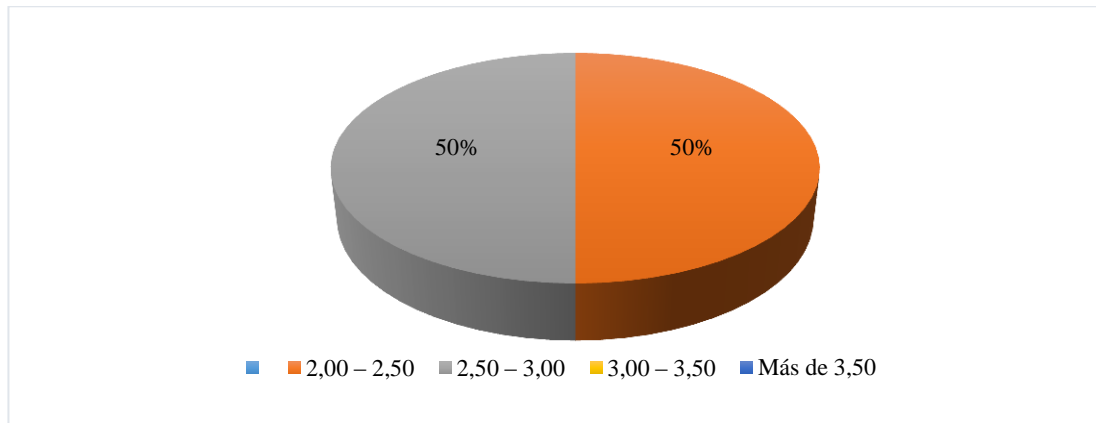
Tabla 22 Precio de la cubeta de huevos

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
2,00 – 2,50	2	2	50%
2,50 – 3,00	2	4	50%
3,00 – 3,50	0	4	0%
Más de 3,50	0	4	0%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 23 Precio de la cubeta de huevos



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada con respecto al incremento al precio de las cubetas de huevos el 50% de los gerentes encuestados manifiestan que el precio de la cubeta de huevos está alrededor de 2,00 a 2,50 dólares americanos y el 50% restante indicaron que dicho precio está entre 2,50 a 3,00 dólares americanos.

Interpretación:

Con el resultado obtenido en la encuesta correspondiente a la pregunta aplicada a los gerentes de las avícolas ubicadas en el cantón Píllaro, se puede decir que la producción avícola es considerada como una alternativa generadora de ingresos, por lo cual ellos ofertan las cubetas de huevos a los puntos de venta con un precio de 2,30 dólares americanos, con la finalidad de que dichos puntos de venta las expendan a un precio por cubeta de huevos en el mercado no mayor a 2,50 dólares americanos y 3,00 dólares americanos, ya que este producto es de consumo diario accesible para todos los compradores.

Pregunta 12.- ¿Los huevos defectuosos que destino tienen?

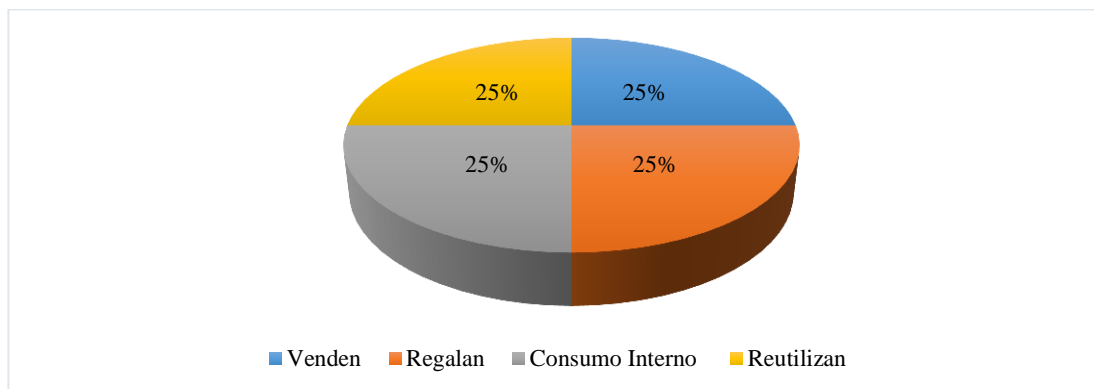
Tabla 23 Destino de huevos defectuosos

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
Venden	1	1	25%
Regalan	1	2	25%
Consumo Interno	1	3	25%
Reutilizan	1	4	25%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 24 Destino de huevos defectuosos



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada con respecto al destino que tienen los huevos defectuosos el 25% de los gerentes opta por vender los mismos, otro 25% lo

destina para el consumo interno a menor precio convirtiéndose estos en otros ingresos, seguido de un 25% que se dedica a regalarlos y el otro 25% reutiliza los huevos defectuosos luego de un proceso de limpieza y desinfección.

Interpretación:

Con el resultado obtenido en la encuesta correspondiente a la pregunta aplicada a los gerentes de las avícolas ubicados en el cantón Píllaro, se concluye que dos de las avícolas obtiene ingresos en menor cantidad de los huevos defectuosos ya que la gente por economizar los prefiere. Pero también se dio a notar que las dos restantes avícolas se dedican a regalar los huevos defectuosos a las instituciones de ayuda social y también al consumo interno es decir para al personal de producción siendo esta otra alternativa para poder alimentar a sus familias.

Pregunta 13.- ¿La producción de huevos cubre la demanda del mercado?

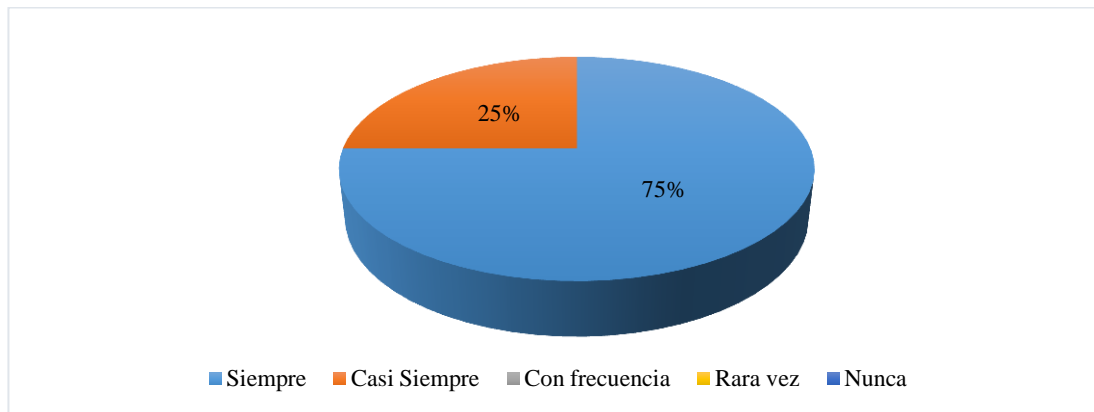
Tabla 24 La producción de huevos cubre la demanda

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
Siempre	3	3	75%
Casi Siempre	1	4	25%
Con frecuencia	0	4	0%
Rara vez	0	4	0%
Nunca	0	4	0%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 25 La Producción de huevos cubre la demanda



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada con respecto a que si la producción de huevos cubre la demanda del mercado el 75% de los gerentes indicaron que su producción siempre cubre la demanda de su mercado y el 25% opino que la producción que obtienen casi siempre cubre las necesidades de su mercado.

Interpretación:

Con el resultado obtenido en la encuesta correspondiente a la pregunta aplicada a los gerentes de las avícolas ubicadas en el cantón Píllaro, se confirma que la producción de huevos que obtienen tres avícolas en gran mayoría de veces si cubren con la demanda del mercado a la cual ofrecen su producto, mientras que en una avícola afirmó que en pocas ocasiones no satisface la demanda de su mercado objetivo.

Pregunta 14.- ¿Cómo se distribuyen los huevos a los clientes?

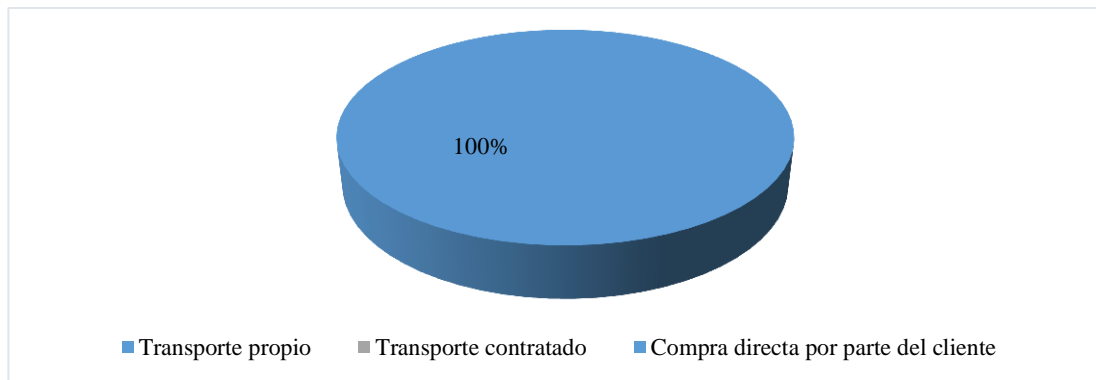
Tabla 25 Distribución de las cubetas de huevos

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
Transporte propio	4	4	100%
Transporte contratado	0	4	0%
Compra directa por parte del cliente	0	4	0%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 26 Distribución de las cubetas de huevos



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada con respecto a la distribución de los huevos el 100% de los gerentes indican que optan por realizar la entrega de su producción de huevos a sus clientes, a través de transporte propio.

Interpretación:

Con el resultado obtenido en la encuesta correspondiente a la pregunta aplicada a los gerentes de las avícolas ubicados en el cantón Píllaro, se concluye que todas las avícolas poseen vehículos propios para realizar la entrega inmediata de su producción de huevos a sus clientes ya que tienen establecidos sus canales de distribución.

Pregunta 15.- ¿Mediante qué forma de pago son efectuadas las ventas de huevos?

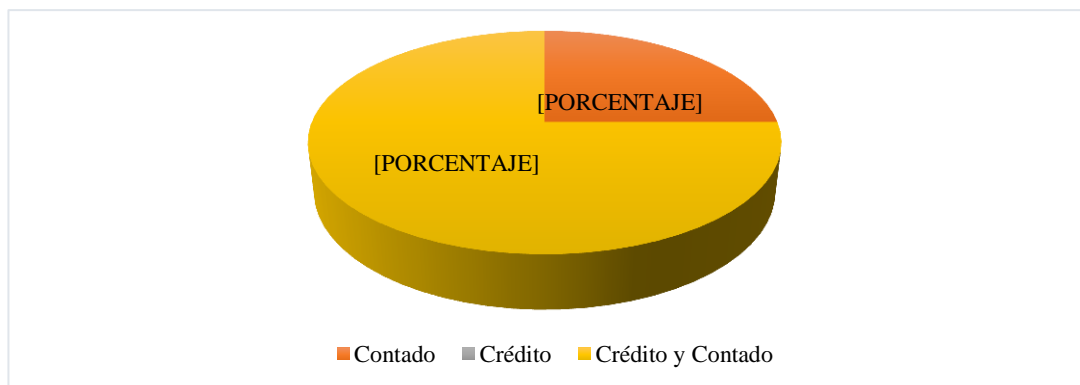
Tabla 26 Forma de pago

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
Contado	1	1	25%
Crédito	0	1	0%
Crédito y Contado	3	4	75%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 27 Forma de pago



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada con respecto a la forma de pago el 75% de los gerentes opinan que realizan la venta de su producto a crédito y contado, mientras que el 25% de los gerentes opina que realiza sus ventas ha contado.

Interpretación:

Con el resultado obtenido en la encuesta correspondiente a la pregunta aplicada a los gerentes de las avícolas ubicadas en el cantón Píllaro, se concluye que la venta de la producción de huevos en mayor parte se las realiza a crédito y contado, a un periodo de venta establecido ya que cuentan con la fidelidad de sus clientes, mientras que en menor cantidad las realiza a contado ya que expenden su producto a puntos de venta serios de mayor seguridad.

Pregunta 16.- ¿En base a que es fijado el precio de venta de los huevos?

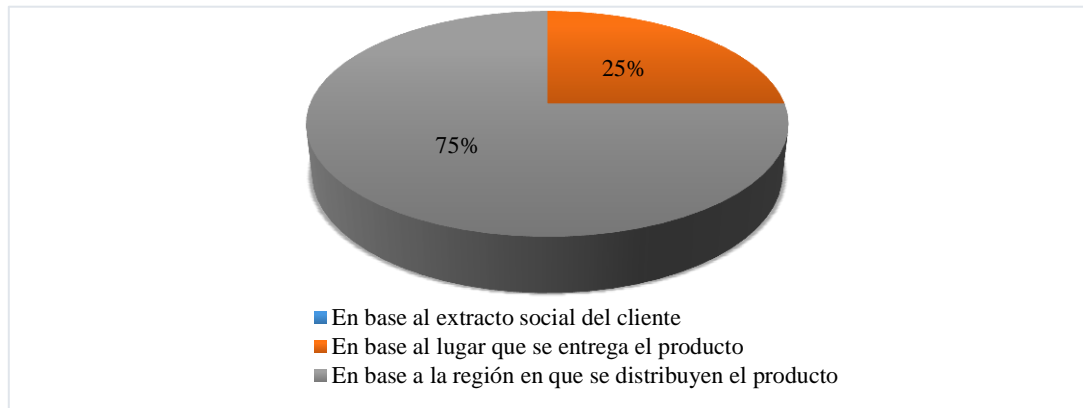
Tabla 27 Fijación del precio de venta

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
En base al extracto social del cliente	0	0	0%
En base al lugar que se entrega el producto	1	1	25%
En base a la región en que se distribuyen el producto	3	4	75%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 28 Fijación del precio de venta



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada con respecto a la fijación del precio de venta el 75% de los gerentes de las avícolas realizan dicha fijación de la producción de huevos en base a la región en que se distribuyen sus productos, mientras que el 25% restante lo fija en base al lugar que se entrega el producto.

Interpretación:

Con el resultado obtenido en la encuesta correspondiente a la pregunta aplicada a los gerentes de las avícolas ubicadas en el cantón Píllaro, se puede concluir que los gerentes de las avícolas que están ubicadas en el cantón Píllaro realizan la fijación del precio de venta de acuerdo a la región en que se distribuyen sus productos, mientras que los otros gerentes lo fijan en base al lugar que se entrega el producto, mostrando de esta manera la importancia de establecer un método adecuado para la fijación del precio de venta.

Pregunta 17.- ¿Los precios de venta que mantiene la avícola son competitivos en el mercado?

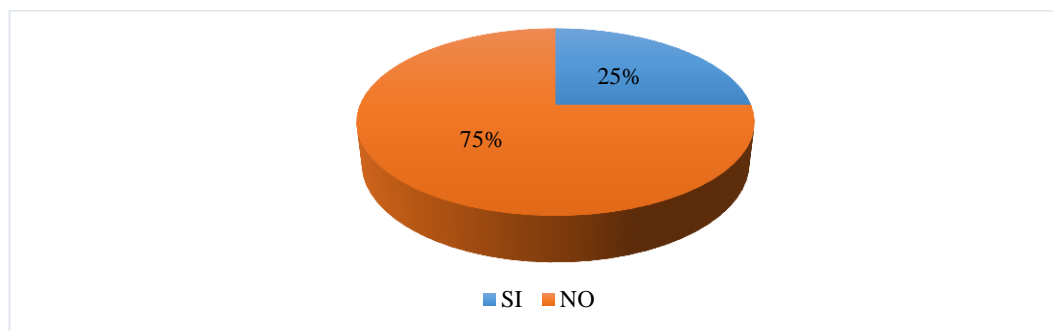
Tabla 28 El precio de venta es competitivo

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
SI	1	1	25%
NO	3	4	75%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 29 El precio de venta es competitivo



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada con respecto a que si el precio de que poseen las avícolas es competitivo el 75% de los gerentes opinan que dicho precio si es competitivo, mientras que el 25% restante indican que su precio de venta es apropiado en relación a la competencia.

Interpretación:

Con el resultado obtenido en la encuesta correspondiente a la pregunta aplicada a los gerentes de las avícolas ubicadas en el cantón Píllaro, se concluye que los gerentes de las avícolas consideran que los precios de venta de su producto no son competitivos, por lo cual es necesario la implementación de un método adecuado de fijación del precio de venta de su producto para mostrar estabilidad y mayor aceptación en el mercado.

Pregunta 18.- ¿Es indispensable la implementación de un método para la fijación del precio de venta de los huevos?

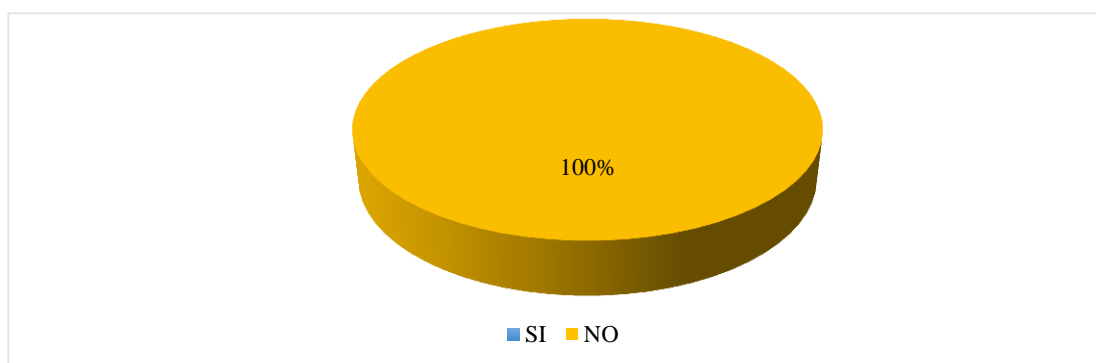
Tabla 29 Implementación de método de fijación del precio de venta

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
SI	4	4	100%
NO	0	4	0%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 30 Implementación de método de fijación del precio de venta



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada con respecto a la implementación de un método para la fijación del precio de venta el 100% de los gerentes indican que sí es indispensable la implementación de un método para la fijación del precio de venta.

Interpretación:

Con el resultado obtenido en la encuesta correspondiente a la pregunta aplicada a los gerentes de las avícolas ubicadas en el cantón Píllaro, se concluye que los gerentes consideran que si es indispensable la implementación de un método para la fijación del precio de venta, ya que de esta manera sus productos obtendrán mayor competitividad en el mercado y por ende un posicionamiento en el mercado con la aceptación de su producto que va dirigido a satisfacer las necesidades de sus clientes.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS VARIABLES

4.2.1 CUADRO COMPARATIVO DE LA DETERMINACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

Tabla 30 Cuadro comparativo de la asignación de los elementos del costo

CUADRO COMPARATIVO DE LAS AVÍCOLAS DEL CANTÓN PÍLLARO JULIO DE 2015													
ELEMENTOS DEL COSTO	DETALLE	AVÍCOLA MAYORGA			AVÍCOLA ANAHI-ANDREA ESPÍN			AVÍCOLA EL PLACER			AVÍCOLA SANTA LUCIA		
		Cantidad und.	Valor \$	Total \$	Cantidad und.	Valor \$	Total \$	Cantidad und.	Valor \$	Total \$	Cantidad und.	Valor \$	Total \$
● Materia prima directa	Aves	30.000	2,50	75.000,00/12 meses= 6.250,00	10.000	2,50	25.000,00/12 meses= 2.083,33	18.000	2,50	45.000,00/12 meses= 3.750,00	25.000	2,50	62.500,00/12 meses= 5.208,33
	Alimento por ave (0.16 cntv. por 6 lb) 2.7 Kg.	29.100 Menos 3% índice de mortalidad	0,96	27.936,00	9.700	0,96	9.312,00	17.460	0,96	16.761,60	24.250	0,96	23.280,00
● Mano de obra directa	Jefe de Producción	1	700,00	700,00	1	430,00	430,00	1	600,00	600,00	1	650,00	650,00
	Alimentador	3	450,00	1.350,00	2	380,00	760,00	2	480,00	960,00	2	550,00	1.100,00
	Ayudante	3	380,00	1.140,00	1	370,00	370,00	2	400,00	800,00	3	450,00	1.350,00
	Veterinario	1	1.100,00	1.100,00	1	400,00	400,00	1	900,00	900,00	1	1.200,00	1.200,00
Costos indirectos de	MPI	-	-	630,80	-	-	260,67	-	-	330,30	-	-	180,10
	MOI	3	680,00	2.040,00	1	600,00	600,00	2	700,00	1.400,00	2	550,00	1.100,00

●	fabricación												
	Luz (Calefacción)	-	-	280,10	-	-	161,15	-	-	235,12	-	-	214,07
	Agua	-	-	85,40	-	-	57,25	-	-	68,23	-	-	53,67
	Teléfono	-	-	56,34	-	-	67,46	-	-	48,76	-	-	49,22
	Depreciación de Galpones con Infraestructura Metálica (10% anual)	3000 metros * \$ 50,00 c/m	150.000,00	1.250,00	1500 metros * \$ 50,00 c/m	75.000,00	625,00	2000 metros * \$ 50,00 c/m	100.000,00	833,33	2500 metros * \$ 50,00 c/m	125.000,00	1.041,67
Amortización de las aves (7.14%, vida útil 14 meses)	30000 aves	-	178,50	10.000 aves	-	59,50	18.000 aves	-	107,10	25.000 aves	-	148,75	
TOTAL MES DE JULIO				42.997,14		15.186,36			26.794,44			35.427,06	

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos en el cuadro comparativo realizado al mes de Julio de 2015 con respecto a la asignación de los elementos del costo de producción en el sector avícola del cantón Píllaro, muestran que cada avícola posee un número distinto de aves.

Interpretación:

- **Materia Prima Directa:** La materia prima directa se encuentra compuesta por el número de aves que posee cada una de las avícolas, las cuales tienen una vida útil en promedio de 14 meses, razón por cual dicha cantidad numérica se encuentra dividida para doce meses en todos los casos, tomando en cuenta un índice de mortalidad de 3%. También está compuesta por la cantidad de alimento que consumen las aves sabiendo que cada mes consumen 6 libras (2.7 kg) de alimento cada una.

- **Mano de Obra Directa:** En la mano de obra directa se tomó en cuenta al siguiente personal; Jefe de Producción, Alimentador, Ayudante, Veterinario, sabiendo que cada uno de ellos percibe una remuneración mensual de acuerdo a la actividad que realizan en las avícolas.

- **Costos Indirectos de Fabricación:** Los costos indirectos de fabricación están compuestos por la materia prima indirecta conformada por varios elementos necesarios para la crianza de las aves (comederos, bebederos, jaulas, etc.); en la mano de obra indirecta intervienen los gerentes de las avícolas; luz; agua; teléfono; depreciación 10% anual considerando el deterioro de diez años de la infraestructura metálica de los galpones; amortización 7.14% mensual ya que las aves tienen una vida útil de 14 meses.

4.2.2 CUADRO COMPARATIVO DE LA FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

Tabla 31 Cuadro Comparativo del Precio de Venta

CUADRO COMPARATIVO DE LAS AVÍCOLAS DEL CANTÓN PÍLLARO JULIO DE 2015									
CÁLCULO DEL PRECIO DE VENTA	DETALLE	AVÍCOLA MAYORGA		AVÍCOLA ANAHÍ-ANDREA ESPÍN		AVÍCOLA EL PLACER		AVÍCOLA SANTA LUCIA	
		Total \$	Porcentaje %	Total \$	Porcentaje %	Total \$	Porcentaje %	Total \$	Porcentaje %
Costos Directos	Materia Prima Directa	34.186,00	79.51%	11.395,33	75.04%	20.511,60	76.55%	28.488,33	80.41%
	Mano de Obra Directa	4.290,00	9.98%	1.960,00	12.91%	3.260,00	12.17%	4.300,00	12.14%
Costos Indirectos	Costos indirectos de fabricación	4.521,14	10.51%	1.831,03	12.06%	3.022,84	11.28%	2.638,73	7.45%
Costo Total	Costos Directos	38.476,00	89.49%	13.355,33	87.94%	23.771,60	88.72%	32.788,33	92.55%
	Costos Indirectos	4.521,14	10.51%	1.831,03	12.06%	3.022,84	11.28%	2.638,73	7.45%
Costo Unitario Total	Costo Total	42.997,14	100%	15.186,36	100%	26.794,44	100%	35.427,06	100%
	Número de Unidades (huevos)	(29100 aves*31 días)= 902.100		(9700 aves*31 días)= 300.700		(17480 aves*31 días)= 541.880		(24250 aves*31 días)= 751.750	
Precio de Venta	Costo Unitario Total	0,05		0,05		0,05		0,05	
	(% utilidad)	30%		40%		40%		40%	
PRECIO DE VENTA UNITARIO = (Costo Unitario Total)/(1-% Utilidad)		0,07		0,08		0,08		0,08	

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Análisis:

Los datos obtenidos en el cuadro comparativo realizado al mes de Julio de 2015 con respecto a la fijación del precio de venta del huevo en el sector avícola del cantón Píllaro, muestran que una avícola posee un precio de venta inferior siendo este de 0.07 centavos, mientras que las tres avícolas restantes mantienen un precio equivalente de 0.08 centavos, valores que fueron obtenidos luego haber realizado un respectivo cálculo.

Interpretación:

AVÍCOLA MAYORGA

● **Costo Total:** El costo total de producción es de 42.997,14 (100%) dólares americanos, el mismo que dividido para 902.100 huevos recolectados en el mes de Julio dan como resultado un precio de venta por huevo de 0.05 centavos, el mismo que con un 30% de utilidad se incrementa a un precio por huevo de 0.07 centavos:

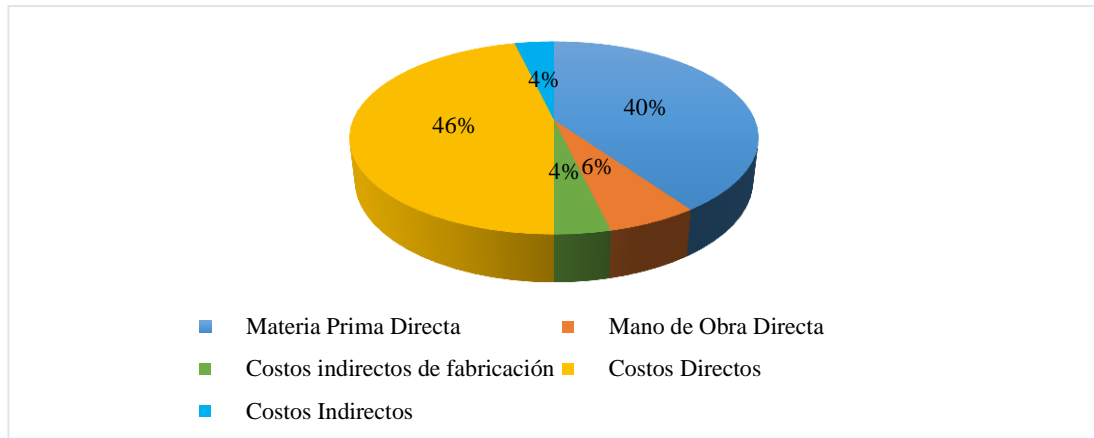
Tabla 32 Distribución de los elementos del costo Avícola Mayorga

Detalle	Valor	Porcentaje
● Materia Prima Directa	34.186,00	79.51%
● Mano de Obra Directa	4.290.00	9.98%
● Costos indirectos de fabricación	4.521,14	10.51%
● Costos Directos	38.476,00	89.49%
● Costos Indirectos	4.521,14	10.51%
● Costo Total	42.997,14	100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 31 Distribución de los elementos del costo Avícola Mayorga



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

AVÍCOLA ANAHÍ-ANDREA ESPÍN

● **Costo Total:** El costo total de producción es de 15.186,36 (100%) dólares americanos, el mismo que dividido para 300.700 huevos recolectados en el mes de Julio dan como resultado un precio de venta por huevo de 0.05 centavos, el mismo que con un 40% de utilidad se incrementa a un precio por huevo de 0.08 centavos:

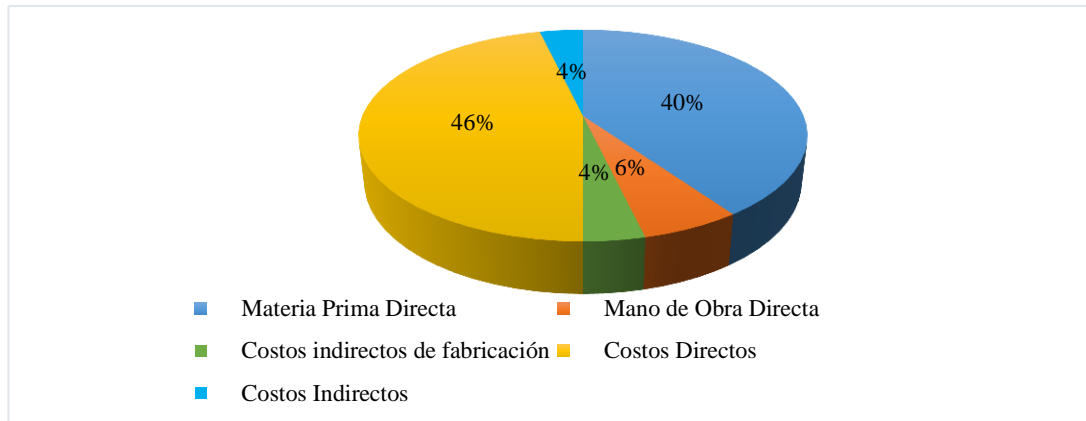
Tabla 33 Distribución de los elementos del costo Avícola Anahí-Andrea Espín

Detalle	Valor	Porcentaje
● Materia Prima Directa	11.395,33	75.04%
● Mano de Obra Directa	1.960,00	12.91%
● Costos indirectos de fabricación	1.831,03	12.06%
● Costos Directos	13.355,33	87.94%
● Costos Indirectos	1.831,03	12.06%
● Costo Total	15.186,36	100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 32 Distribución de los elementos del costo Avícola Anahí-Andrea Espín



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

AVÍCOLA EL PLACER

● **Costo Total:** El costo total de producción es de 26.794,44 (100%) dólares americanos, el mismo que dividido para 541.880 huevos recolectados en el mes de Julio dan como resultado un precio de venta por huevo de 0.05 centavos, el mismo que con un 40% de utilidad se incrementa a un precio por huevo de 0.08 centavos:

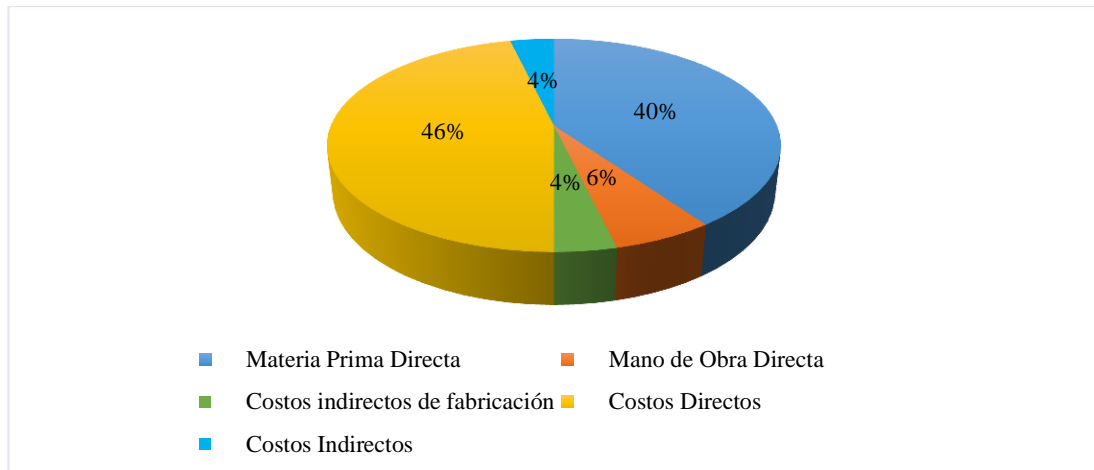
Tabla 34 Distribución de los elementos del costo Avícola El Placer

Detalle	Valor	Porcentaje
● Materia Prima Directa	20.511,60	76.55%
● Mano de Obra Directa	3.260,00	12.17%
● Costos indirectos de fabricación	3.022,84	11.28%
● Costos Directos	23.771,60	88.72%
● Costos Indirectos	3.022,84	11.28%
● Costo Total	26.794,44	100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 33 Distribución de los elementos del costo Avícola El Placer



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

AVÍCOLA SANTA LUCIA

● **Costo Total:** El costo total de producción es de 35.427,06 (100%) dólares americanos, el mismo que dividido para 751.750 huevos recolectados en el mes de Julio dan como resultado un precio de venta por huevo de 0.05 centavos, el mismo que con un 40% de utilidad se incrementa a un precio por huevo de 0.08 centavos:

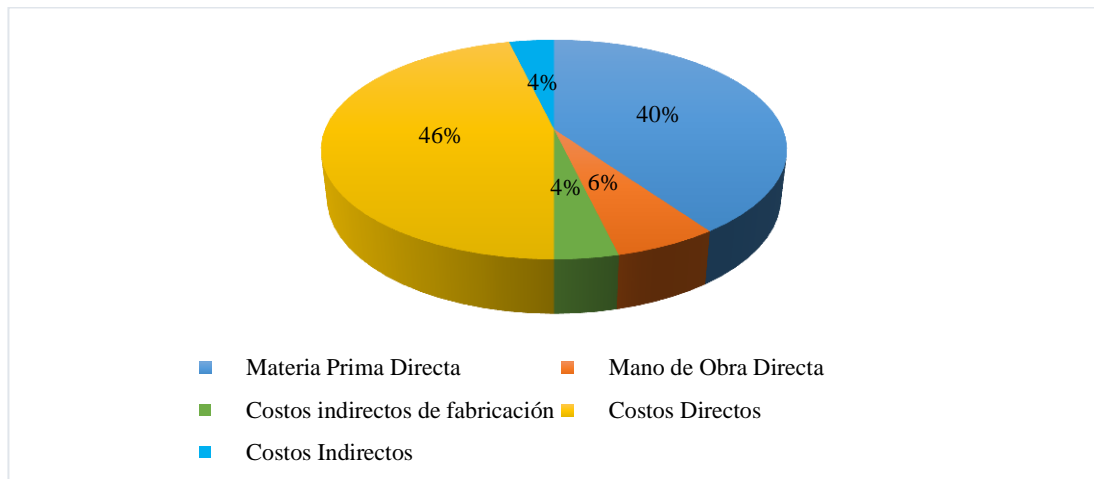
Tabla 35 Distribución de los elementos del costo Avícola Santa Lucia

Detalle	Valor	Porcentaje
● Materia Prima Directa	28.488,33	80.41%
● Mano de Obra Directa	4.300,00	12.14%
● Costos indirectos de fabricación	2.638,73	7.45%
● Costos Directos	32.788,33	92.55%
● Costos Indirectos	2.638,73	7.45%
● Costo Total	35.427,06	100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 34 Distribución de los elementos del costo Avícola Santa Lucia



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

4.2.3 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

La verificación de la hipótesis se realizara mediante la prueba t (medias) que es conocido como “T-Student”, puesto que nuestra población de estudio es inferior a 30 personas.

La hipótesis que se verifica es: La aplicación de la determinación de costos de producción afecta en la fijación del precio de venta en el sector avícola del cantón Píllaro.

Las variables que intervienen en la hipótesis son:

Variable independiente: Determinación de costos de producción

Variable dependiente: Fijación del precio de venta

4.2.3.1 PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS

Métodos Estadísticos

La prueba de t-Student, es un método de análisis estadístico que solo sirve para comparar variables numéricas de distribución normal. La prueba t-Student, arroja el valor del estadístico t. Según sea el valor de t, corresponderá un valor de significación estadística determinado.

Modelo Lógico

H₀: Hipótesis Nula

H₀: La determinación de costos de producción **NO** afecta en la fijación del precio de venta en el sector avícola del cantón Píllaro.

H₁: Hipótesis Alternativa o de Investigación

H₁: La determinación de costos de producción **SI** afecta en la fijación del precio de venta en el sector avícola del cantón Píllaro.

Modelo Matemático

H₀: $O = E$

H₁: $O \neq E$

Es señalar que la hipótesis nula en la frecuencia observada (O) es igual a la frecuencia esperada (E), mientras que por lo adverso, en la hipótesis alterna la frecuencia observada (O) es diferente a la frecuencia esperada (E).

Modelo Estadístico

El modelo estadístico que se presentara, corresponde a dos muestras independientes de t-student:

Fórmula:

$$t = \frac{\bar{u} - u_0}{\frac{s}{\sqrt{N}}}$$

En donde:

\bar{u} = media poblacional

s = desviación estándar

u0 = valor cualquiera

N = total de la población

Grados de libertad

(gl) = N - 1

(gl) = (4 - 1)

(gl) = 3

Nivel de significancia

El nivel de significancia para la investigación es del 5% (N.C. = 95%).

$\alpha = 0.05$

En donde α = margen de error

Tabla 36 Tabla T-student

Grados de libertad	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
1	1.0000	3.0777	6.3137	12.7062	31.8210	63.6559
2	0.8165	1.8856	2.9200	4.3027	6.9645	9.9250
3	0.7649	1.6377	2.3534	3.1824	4.5407	5.8408
4	0.7407	1.5332	2.1318	2.7765	3.7469	4.6041
5	0.7267	1.4759	2.0150	2.5706	3.3649	4.0321
6	0.7176	1.4398	1.9432	2.4469	3.1427	3.7074
7	0.7111	1.4149	1.8946	2.3646	2.9979	3.4995
8	0.7064	1.3968	1.8595	2.3060	2.8965	3.3554

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Internet

Al 95% de confianza y con 3 gl, t-student (tabla) está entre ± 2.3534 ; entonces se acepta la hipótesis nula (H_0), si t-student (calculado) es mayor que t-student (tabla) se acepta la hipótesis alterna (H_1).

4.2.3.2 PREGUNTAS QUE COMPRUEBAN LA HIPÓTESIS

Utilizaremos las preguntas N°: 3, 4, 5, 7, 9, 10 y 18 de la encuesta aplicada, para obtener la información necesaria que permita aplicar el estimador estadístico:

Pregunta 3.- ¿La cantidad de alimentos comprados abastece el consumo de las aves?

Tabla 14 Cantidad de alimentos comprados

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
SI	2	2	50%
NO	2	4	50%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Pregunta 4.- ¿Se lleva un registro de existencia de las aves?

Tabla 15 Registro de existencia de aves

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
SI	4	4	100%
NO	0	4	0%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Pregunta 5.- ¿Se lleva un control de la mortalidad de las aves?

Tabla 16 Control de mortalidad de las aves

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
SI	4	4	100%
NO	0	4	0%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Pregunta 7.- ¿Existe un control sobre las actividades asignadas que realiza el personal de producción?

Tabla 18 Control al personal de producción

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
SI	1	1	25%
NO	3	4	50%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Pregunta 9.- ¿Es necesario la implementación de un método de costeo para la adecuada asignación de los elementos del mismo en el proceso productivo de la avícola?

Tabla 20 Implementación de método de costeo

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
SI	4	4	100%
NO	0	4	0%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Pregunta 10.- ¿Se ha incrementado el volumen de ventas de huevos en el primer semestre de 2015?

Tabla 21 Incremento de volumen de ventas

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
SI	1	1	25%
NO	3	4	75%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Pregunta 17.- ¿Los precios de venta que mantiene la avícola son competitivos en el mercado?

Tabla 28 El precio de venta es competitivo

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
SI	1	1	25%
NO	3	4	75%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Pregunta 18.- ¿Es indispensable la implementación de un método para la fijación del precio de venta de los huevos?

Tabla 38 Implementación de método de fijación del precio de venta

Descripción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Porcentual
SI	4	4	100%
NO	0	4	0%
Total	4		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Tabla 37 Datos de referencia para calcular t-student

N°	OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA								TOTAL	FRECUENCIA ACUM.	PORCENTAJE
		PREG. 3	PREG. 4	PREG. 5	PREG. 7	PREG. 9	PREG. 10	PREG. 17	PREG. 18			
1	SI	2	4	4	1	4	1	1	4	21	21	75.00%
2	NO	2	0	0	3	0	3	3	0	11	32	25.00%
Total		4	4	4	4	4	4	4	4	32		100%

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

4.2.3.3 APLICACIÓN DE LA PRUEBA ESTADÍSTICA

Tabla 38 Cálculo T-student

PREGUNTAS	SI	NO	TOTAL	(xi-ū)	(xi-ū) ²
3	2	2	4	-0,6250	0,3906
4	4	0	4	1,3750	1,8906
5	4	0	4	1,3750	1,8906
7	1	3	4	-1,6250	2,6406
9	4	0	4	1,3750	1,8906
10	1	3	4	-1,6250	2,6406
17	1	3	4	-1,6250	2,6406
18	4	0	4	1,3750	1,8906
TOTAL	21	11			15,8750

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

Cálculo de la media aritmética

$$\bar{u} = \frac{\sum X_i}{\text{número de preguntas}}$$

$$\bar{u} = \frac{21}{8}$$

$$\bar{u} = 2,6250$$

Cálculo de la desviación estándar de la media

$$s = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{u})^2}{N}}$$

$$s = \sqrt{\frac{15,8750}{8}}$$

$$s = \sqrt{1.9844}$$

$$s = 1.4087$$

Cálculo “t” Student

$$t = \frac{\bar{u} - u_0}{\frac{s}{\sqrt{N}}}$$

$$t = \frac{2.6250 - 1}{\frac{1.4087}{\sqrt{8}}} = \frac{1.6250}{\frac{1.4087}{2.8284}} = \frac{1.6250}{0.4980}$$

$$t = \pm 3.2627$$

Verificación de hipótesis

Gráfico 35 Gráfico de Distribución T-student



Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Tabla t de Student y t calculada

Regla de Decisión

Si t calculada $>$ t tabla se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa

$$\pm 3.2627 > \pm 2.3534 \quad \text{Cumple con la condición}$$

Conclusión

Una vez que se ha realizado el cálculo correspondiente para la comprobación de la hipótesis, se ha concluido que el valor de t -student calculado es de 3.2627 siendo mayor ($>$) que la t -student de la tabla 2.3534, con 3 grados de libertad, y un error del 0.05, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula (H_0) aceptándose la hipótesis alternativa (H_1), demostrando que la determinación de costos de producción si se relaciona en la fijación del precio de venta en el sector avícola del cantón Píllaro.

4.3 LIMITACIÓN DEL ESTUDIO

La presente investigación realizada en el sector avícola del cantón Píllaro tuvo factibilidad ya que se contó con el apoyo y predisposición de los Gerentes de las avícolas, quienes ven la necesidad de contar con un sistema de costeo que les proporcione la información necesaria para la toma de decisiones las cuales les originaran mayor productividad.

4.4 CONCLUSIONES

Luego de haber realizado un análisis profundo y minucioso en esta investigación a los beneficiarios en el sector avícola del cantón Píllaro se llegó a determinar las siguientes conclusiones:

- En el sector avícola del cantón Píllaro un 75% no aplica una correcta asignación de los costos en algunos casos se aplica por órdenes de producción y en la mayoría llevan un cálculo tradicional en base a la practica el mismo que no es

confiable y no permite establecer los costos de producción correctos, debido a que el desconocimiento de una distribución adecuada de los costos incurridos a su producción hace que repercuta en la obtención de información contable apropiada que les facilite la toma de decisiones.

- En el sector avícola del cantón Píllaro un 75% no tiene una metodología apropiada para la fijación de precios pues lo hacen realizando cálculos obtenidos basados en los años de experiencia sin respaldo de un estudio previo que defina las directrices y condiciones del mercado.
- La inadecuada determinación de los costos de producción en el sector avícola del cantón Píllaro afecta de manera significativa a la fijación del precio de venta de los huevos, ya que no existe un control en la distribución de los recursos a los procesos empleados en la producción de manera que como son microempresas agroindustriales necesitan definir un método de costos acorde a las necesidades de producción y de acuerdo a los objetivos institucionales.

4.5 RECOMENDACIONES

- Por la naturaleza de la empresa y el tipo de producción es conveniente que se adopte un sistema de costos, con el cual se podrá determinar los costos de producción adecuadamente, los mismos que intervienen en la obtención del producto final de manera eficiente.
- La aplicación de un método de fijación del precio de venta debe ir acorde con la actividad productiva que realizan las avícolas del cantón Píllaro, por lo cual después de la investigación realizada se recomienda que se utilice el Método del Beneficio Objetivo, el cual forma parte de los Métodos Basados en los Costes, ya que este sirve para calcular el precio que deberá fijar la empresa para alcanzar los objetivos de venta y rentabilidad previstos.
- En este tipo de sector agroindustrial es necesario la implementación de un Sistema de Costos por Procesos, el mismo que se encarga de asignar los costos de

manera acumulada a cada uno de los procesos productivos en los que intervienen las diferentes fases que implican desde su crecimiento hasta la postura de las aves, proporcionando información necesaria que facilitara la planeación y control del nivel productivo empresarial.

4.5.1 METODOLOGÍA DEL MODELO OPERATIVO

Previo a la investigación de campo realizada en el sector avícola del cantón Píllaro se pudo identificar la situación actual de las empresas, dando a conocer los siguientes aspectos importantes que se recomiendan a continuación:

Tabla 39 Matriz del Modelo Operativo

FASE	DESCRIPCIÓN	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLES
FASE 1	Identificación de los procesos que intervienen en la producción y comercialización de huevos.	Establecer el ciclo por el cual pasan las aves hasta la postura, que permita determinar los costos incurridos en el proceso de producción de huevos.	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar los procesos productivos que intervienen en la producción de huevos. • Establecer el tipo de huevos que son ofrecidos por las avícolas en el mercado. 	Humano Económicos	Gerente Propietario
FASE 2	Aplicación de un sistema de costos por procesos.	Delimitar los pasos que se debe realizar en la aplicación adecuada de un sistema de costos por procesos, para conocer el costo con el cual sale el huevo para ser vendido en	<ul style="list-style-type: none"> • Acumular los tres elementos del costo (materiales, mano de obra y costos indirectos de fabricación) para cada uno de los departamentos o centros de costos. 		

		el mercado.	<ul style="list-style-type: none"> • Seguir el flujo a las diferentes unidades con su clasificación adecuada por departamento: unidades comenzadas, terminadas, perdidas y en proceso. • Calcular las unidades equivalentes por departamento. • Determinar el costo unitario para cada elemento del costo por proceso. • Asignar y transferir correctamente los costos a las unidades terminadas en cada proceso. • Asignar los costos a los inventarios de productos en proceso y terminado. 	<p>Humano</p> <p>Económicos</p>	Gerente Propietario
--	--	-------------	--	---------------------------------	---------------------

<p>FASE 3</p>	<p>Fijación del precio de venta en base al método del beneficio objetivo.</p>	<p>Identificar la fijación del precio de venta en base a los parámetros establecidos en el modelo propuesto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del punto de equilibrio $Q = CF / (PV_u - CV_u)$ Dónde: Q = Cantidad CF = Costos Fijos PV_u = Precio de venta unitario CV_u = Costo variable unitario • Estudio de los factores determinantes del precio de venta • Determinación de los objetivos de la política de precios • Incorporación de estrategias empresariales de precios • Elección del precio de venta basada en costos históricos 	<p>Humano Económicos</p>	<p>Gerente Propietario</p>
--------------------------	---	--	---	-----------------------------------	----------------------------

<p>FASE 4</p>	<p>Comparación de sistemas de costos.</p>	<p>Comparar las ventajas que se pueden obtener en la aplicación de los métodos propuestos con el fin de determinar la verdadera utilidad que se podría obtener en función de la competencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de los resultados del costo aplicado en base a la experiencia con la metodología de un sistema de costos por procesos, para la realización de análisis de la representatividad de las diferencias obtenidas y la afectación en términos financieros. 	<p>Humano Económicos</p>	<p>Gerente Propietario</p>
---------------------------------	---	--	---	------------------------------	----------------------------

Elaborado por: Carrillo Diana, (2015)

Fuente: Investigación de Campo

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AFABA. (2015). Obtenido de <http://www.afaba.org/portal/>
- Agroproyectos, S. (22 de Abril de 2011). *Agroproyectos SC*. Recuperado el 04 de Julio de 2015, de <http://www.agroproyectos.org/2011/04/determinacion-y-clasificacion-costos.html>
- Alvira, F. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica* (Segunda ed.). Madrid, España: CASLON, S.L. Recuperado el 23 de Julio de 2015, de https://books.google.com.ec/books?id=GbZ5JO-IoDEC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Arias, F. (21 de Abril de 2013). *blogspot.com*. Recuperado el 16 de Julio de 2015, de http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Segunda ed.). Pearson Educación. Recuperado el 24 de Julio de 2015, de https://books.google.com.ec/books?id=h4X_eFai59oC&pg=PA110&dq=investigacion+documental&hl=es&sa=X&ved=0CCgQ6AEwAmoVChMI1JrX9JTyxgIVQZANCh2TdAC8#v=onepage&q=investigacion%20documental&f=false
- Bernat, & Pinto. (2001). *La esencia del Marketing* (Primera ed.). Barcelona: UPC. Recuperado el 05 de Julio de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?id=ug5KmUKetnUC&pg=PA111&dq=M%C3%A9todo+de+experimentaci%C3%B3n+de+precios&hl=es&sa=X&ei=4F-ZVbDIFoj1-AGI14GQCA&ved=0CDYQ6AEwAw#v=onepage&q=M%C3%A9todo%20de%20experimentaci%C3%B3n%20de%20precios&f=false>
- Brenes, P. (2015). *Técnicas de almacén*. Editex. Recuperado el 04 de Julio de 2015, de

<https://books.google.com.ec/books?id=1O7JCQAAQBAJ&pg=PA53&dq=%C3%8Dndice+de+Rotaci%C3%B3n+de+Productos&hl=es&sa=X&ei=kKqZVbuiE4bytQXRvKqoBQ&ved=0CDEQ6AEwBA#v=onepage&q=%C3%8Dndice%20de%20Rotaci%C3%B3n%20de%20Productos&f=false>

Bustamante, W. (2001). *Apuntes de mercadotecnia para la microempresa rural*. Venezuela: IICA. Recuperado el 05 de Julio de 2015, de https://books.google.com.ec/books?id=UphbADWELMQC&dq=fijacion+de+precios+de+venta&hl=es&source=gbs_navlinks_s

Casado, A., & Sellers, R. (2006). *Dirección de Marketing: Teoría y Práctica*. Editorial Club Universitario. Recuperado el 04 de Julio de 2015, de https://books.google.com.ec/books?id=bZVDiA_GDIEC&dq=metodos+basa+dos+en+los+costes&hl=es&source=gbs_navlinks_s

Ceberio, & Watzlawick. (1998). *Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Chile*. Recuperado el 30 de Junio de 2015, de <http://www2.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/18/jaramillo.htm>

Cespedes, A. (1998). *Principios de Mercadeo* (Segunda ed.). Santa Fé de Bogota, Colombia: Eco Ediciones. Recuperado el 01 de Julio de 2015

Chacha, C. (24 de Enero de 2011). *Repositorio Tesis Universidad Técnica de Ambato*. Recuperado el 30 de Junio de 2015, de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2026/1/TA0223.pdf>

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2010). Quito, Pichincha, Ecuador: Editora Nacional. Recuperado el 1 de Julio de 2015, de <http://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/codigo-organico-produccion-comercio-inversiones.pdf>

CONAVE. (31 de Julio de 2014). *Google*. (J. Orellana, Ed.) Recuperado el 14 de Julio de 2015, de <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2014/10/Jose-Orellana.pdf>

Conde, E., & Parreño, Josefa. (2013). *Dirección de Marketing: variables comerciales*. Club Universitario. Recuperado el 04 de Julio de 2015, de

https://books.google.com.ec/books?id=z_q-xIc6gZsC&dq=Fijaci%C3%B3n+de+precios+por+licitaci%C3%B3n+sellada&hl=es&source=gbs_navlinks_s

Constitución de la Republica del Ecuador. (2008). Recuperado el 3 de Junio de 2015

Consumidor, L. O. (2015). Recuperado el 10 de Junio de 2015, de <https://www.cnt.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>

Cuevas, C. (2002). *SciELO*. Recuperado el 16 de Julio de 2015, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232002000200001&lang=pt

Cuevas, C. (2010). *Contabilidad de Costos* (Tercera ed.). PEARSON. Recuperado el 30 de Julio de 2015, de <http://www.biblionline.pearson.com/Pages/BookDetail.aspx?bv=uZzAFp77haMrHn0iZiSQ2Q==>

Cyr, D., & Gray, Douglas. (2004). *Marketing en la pequeña y mediana empresa*. Editorial Norma. Recuperado el 04 de Julio de 2015, de https://books.google.com.ec/books?id=7jEPphK6nXsC&dq=fijacion+de+precios+de+venta&hl=es&source=gbs_navlinks_s

De Mateo, R., Bergés, Laura, & Sabater, Marta. (2009). *Gestión de empresas de comunicación*. Comunicación Social. Recuperado el 04 de Julio de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?id=HkYPGzKlsiIC&pg=PA114&dq=fijacion+del+precio+de+venta&hl=es&sa=X&ei=kUqYVfaqDifutQWv1ZOwCA&ved=0CFMQ6AEwCQ#v=onepage&q=fijacion%20del%20precio%20de%20venta&f=false>

Del Río Gonzáles, C. (1998). *Costos II: Predeterminados, de Operacion, y de Produccion en Comun o Conjunta* (Once ed.). International Thomson Editores, S. A. de C. V., 2000. Recuperado el 01 de Julio de 2015

Ecuador, C. d. (2008). Quito, Pichincha, Ecuador: Editora Nacional. Recuperado el 01 de Julio de 2015

- Educación, M. d. (1998). *Formación profesional a distancia. Políticas de marketing. Ciclo formativo de grado superior. Gestión comercial y marketing.* Recuperado el 04 de Julio de 2015, de https://books.google.com.ec/books?id=ISYfAgAAQBAJ&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- ESPAC. (2013). *INEC.* Recuperado el 15 de Julio de 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/procesador-de-estadisticas-agropecuarias-3/>
- Faga, H. (2006). *Cómo profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones.* Ediciones Granica S.A. Recuperado el 04 de Julio de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?id=b9H6HY3sSyQC&pg=PA15&dq=costos+totales+y+unitarios&hl=es&sa=X&ei=BASYVbagF8nFggTZiKu4CQ&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=costos%20totales%20y%20unitarios&f=false>
- Ficher, L., & Espejo, Jorge. (2004). *Mercadotecnia* (Tercera ed.). Mexico D.F., Mexico: McGRAW-HILL INTERAMERICANA. Recuperado el 01 de Julio de 2015
- Franklin, B. (2007). *AUDITORÍA ADMINISTRATIVA.* PEARSON EDUCACION. Recuperado el 02 de Julio de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?id=Cg7So8EZjIC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- García, J. (2008). *Contabilidad de Costos* (Tercera ed.). (R. Zuñiga, Ed.) México, D.F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 02 de Julio de 2015
- García, J. (2009). *Gestión de La Innovación Empresarial.* España: NETBIBLO S.A. Recuperado el 05 de Julio de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?id=1-ZVXqbwE6MC&pg=PA50&dq=mercado+clientes+distribuidores+competidores+proveedores&hl=es&sa=X&ei=mZaZVYmgGYbysAWOzRE&ved=0C>

DwQ6AEwBjgK#v=onpage&q=mercado%20clientes%20distribuidores%20competidores%20proveedores&f=false

Gómez, M. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica* (Primera ed.). Argentina: Editorial Brujas. Recuperado el 15 de Julio de 2015, de

<https://books.google.com.ec/books?id=9UDXPe4U7aMC&pg=PA59&dq=A+lo+largo+de+la+historia+de+la+ciencia+y+la+filosof%C3%ADa+han+surgido+diversas+corrientes+de+pensamiento+tales+como+el+Materialismo+Dialectico+o+el+Positivismo,+solo+por+citar+algunas,+las+cua>

Gómez, O. (2005). *Contabilidad de Costos* (Quinta ed.). Bogota, Colombia: McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A. Recuperado el 02 de Julio de 2015

Gómez, O. (2011). *SciELO*. Recuperado el 16 de Julio de 2015, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602011000100014&lang=pt

Gonzanga, L. (4 de Agosto de 2011). *Repositorio Digital Universidad Técnica de Ambato*. Recuperado el 30 de Junio de 2015, de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1458/1/TE0005.pdf>

Herrera, L., Medina, Arnaldo, & Naranjo, Galo. (2004). *Tutoría de la Investigación Científica*. Quito, Ecuador: Diemerino.

Hornngren, C., Datar, S., & Foster, G. (2007). *Contabilidad de Costos un Enfoque Global* (Doce ed.). PEARSON EDUCACION. Recuperado el 01 de Julio de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?id=zDCb9fDzNgC&printsec=frontcover&dq=Charles+T.+Hornngren;+Srikant+M.+Datar;+Varios.2007.+Contabilidad+de+Costos+un+Enfoque+Global.+Edici%C3%B3n+12ava.+Editorial+Pearson+educaci%C3%B3n.+M%C3%A9xico&hl=es&sa=X&ei=YkCUVZGo>

INEC. (2013). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

- Jiménez, F., & Espinoza, Carlos. (2007). *Costos industriales* (Primera ed.). Tecnológica de CR. Recuperado el 05 de Julio de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?id=jRdhIWgPe60C&pg=PA176&dq=costeo+abc&hl=es&sa=X&ei=v8mZVd3sJoWEsAWMpoCoDQ&sqi=2&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=costeo%20abc&f=false>
- Kotler, P., & Armstrong, Gary. (2001). *Marketing: Edición para Latinoamérica*. Pearson Educación. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=J0zqsnlGXqEC&pg=PA331&dq=metodos+de+fijacion+de+precios+basados+en+la+competencia&hl=es&sa=X&ei=On2YVc3mFIrpsAWZs7qYDw&ved=0CCYQ6AEwAg#v=onepage&q=metodos%20de%20fijacion%20de%20precios%20basados%20en%20la%20competenci>
- Larroulet, C., & Mochon, F. (1999). *Economía: Principios y Aplicaciones* (Primera ed.). Chile: McGraw-Hill Interamericana S.A. Recuperado el 01 de Julio de 2015
- Larroulet, C., & Mochon, Francisco. (1995). *Economía Básica* (Primera ed.). Chile: McGraw-Hill Interamericana S.A. Chile. Recuperado el 04 de Julio de 2015, de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1325/6/T-ESPE-017201-B.pdf>
- Ley Organica de Regulación y Control del Poder de Mercado*. (2014). Quito. Recuperado el 18 de Julio de 2015, de <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/LEY-ORG%20C3%81NICA-DE-REGULACI%20C3%93N-Y-CONTROL-DEL-PODER-DE-MERCADO.pdf>
- MAGAP. (31 de Julio de 2014). *Google*. (J. Orellana, Ed.) Recuperado el 14 de Julio de 2015, de <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2014/10/Jose-Orellana.pdf>
- MAGAP. (02 de Marzo de 2015). *Revista Judicial Derechoecuador.com*. Recuperado el 14 de Julio de 2015, de <http://www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros->

oficiales/2015/marzo/code/RegistroOficialNo449-

Lunes02Marzode2015/registro-oficial-no-449---lunes-02-de-marzo-de-2015

MAGAP, AGROCALIDAD, & CONAVE. (2006). Recuperado el 14 de Julio de 2015, de <http://www.revistaelagro.com/2013/09/24/analisis-de-la-avicultura-ecuatoriana/>

Malhotra, N. K. (2004). *Investigacion de mercados, un enfoque Aplicado*. Mexico: Pearson Education.

Martínez, J. (2011). *Introducción a la metodología de la investigación*. (eumed.net, Ed.) Recuperado el 16 de Julio de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?id=r93TK4EykfUC&pg=PA48&dq=investigacion+correlacional&hl=es&sa=X&ved=0CCIQ6AEwAjqKahUKEwjWyPaEpuDGAhUEjA0KHQGUAB8#v=onepage&q=investigacion%20correlacional&f=false>

Mélean, R., b, Bonomie, M, & Rodríguez, G. (2008). *SciELO*. Recuperado el 16 de Julio de 2015, de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S0378-78182008000100009&script=sci_arttext

Mera, J. (2011). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. Recuperado el 4 de Junio de 2015, de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/3718/1/TA018-2013.pdf>

Milio, I. (2003). *Organización y control del alojamiento*. Paraninfo. Recuperado el 04 de Julio de 2015, de https://books.google.com.ec/books?id=c4fTjVFNvR4C&dq=M%C3%A9todo+de+margen+el+en+precio&hl=es&source=gbs_navlinks_s

Miret, M., & Brunetti, Giorgio. (2004). *La librería como negocio: economía y administración*. Libreria. Recuperado el 04 de Julio de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?id=8NdVMfGdDTEC&pg=PA351&dq=costos+controlables+e+incontrolables&hl=es&sa=X&ei=MwqYVa1ci7-CBKCDtOgF&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=costos%20controlables%20e%20incontrolables&f=false>

- Molina, A. (1987). *Contabilidad de Costos*. Quito, Ecuador: IMPRECTEC.
Recuperado el 02 de Julio de 2015
- Montaño, A. (2003). *INTERPRETACIÓN DINÁMICA DE LOS ESTADOS FINANCIEROS* (Novena ed.). México, D.F.: Naucalpan, S.A. DE C.V.
Recuperado el 02 de Julio de 2015
- Moreno, M. (10 de Abril de 2011). *Slideshare*. Recuperado el 30 de Julio de 2015, de <http://es.slideshare.net/Crissma123/axiologa-anomia>
- Nacional, L. C. (2015). *CODIGO DEL TRABAJO*. Quito, Pichincha, Ecuador: Editora Nacional. Recuperado el 01 de Julio de 2015
- Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de la investigación* (Segunda ed.). México: Editorial Limusa. Recuperado el 16 de Julio de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&pg=PA89&dq=investigacion+exploratoria&hl=es&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMI9cv3v5vgxgIVCHk-Ch2ZJwES#v=onepage&q=investigacion%20exploratoria&f=false>
- Naranjo, F., & Chacon, Cecilia. (2014). *GOOGLE*. Recuperado el 15 de Julio de 2015, de http://vototransparente.ec/apps/elecciones-2014/images/planes_trabajo/TUNGURAHUA/PREFECTO%20Y%20VICEPREFECTO//LISTAS%2035/LISTAS%2035.pdf
- Normas Internacionales de Contabilidad 2*. (18 de Septiembre de 2013). Recuperado el 02 de Julio de 2015, de <https://alanemiliomatosbarzola.wordpress.com/2013/09/18/normas-internacionales-de-contabilidad-nic-version-2013/>
- OECD. (2008). *Manual sobre la medición de la economía no observada*. Perú: Publishing. Recuperado el 05 de Julio de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?id=OSkGJmAofjQC&pg=PA244&dq=%C3%8Dndice+de+Precios+de+Consumo&hl=es&sa=X&ei=C62ZVYZHg6i wBYeDqNAC&ved=0CEMQ6AEwBjgK#v=onepage&q=%C3%8Dndice%20de%20Precios%20de%20Consumo&f=false>

Office, I. L. (2000). *Recomendaciones internacionales de actualidad en estadísticas del trabajo* (Segunda ed.). International Labour Organization. Recuperado el 05 de Julio de 2015, de https://books.google.com.ec/books?id=ibv2KZ575_AC&pg=PA67&dq=%C3%8Dndice+de+Consumos+%C3%8Dndice+de+Ventas&hl=es&sa=X&ei=squZVcDAFsKDsAWelq2gBg&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=%C3%8Dndice%20de%20Consumos%20%C3%8Dndice%20de%20Ventas&f=false

Olavarrieta, J. (1999). *Conceptos generales de productividad, sistemas, normalización y competitividad para la pequeña y mediana empresa* (Primera ed.). Universidad Iberoamericana. Recuperado el 05 de Julio de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?id=EXzhFaRE9rUC&pg=PA28&dq=costeo+abc&hl=es&sa=X&ei=0c6ZVcKqC8XWsAXit67YDQ&ved=0CDcQ6AEwBjgK#v=onepage&q=costeo%20abc&f=false>

Orozco, D. (19 de Octubre de 2014). *concepto definicion.de*. Recuperado el 30 de Junio de 2015, de <http://concepto definicion.de/metodologia/>

Palomares, R. (2012). *Marketing en el punto de venta : 100 ideas clave para vender más* (Segunda ed.). Madrid: ESIC Editorial. Recuperado el 04 de Julio de 2015, de https://books.google.com.ec/books?id=9a3EIYNj6ikC&pg=PA212&dq=%C3%8Dndice+de+Rotaci%C3%B3n+de+Productos&hl=es&sa=X&ei=YauZVc7qD8GSsQW-25_IBg&ved=0CCIQ6AEwAQ#v=onepage&q=%C3%8Dndice%20de%20Rotaci%C3%B3n%20de%20Productos&f=false

Pozo, M. (2011). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. Recuperado el 4 de Junio de 2015, de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1929/1/TA0192.pdf>

Rayburn, L. (1988). *Contabilidad de Costos I* (Primera ed.). MÉXICO: GRUPO EDITORIAL OCÉANO. Recuperado el 02 de Julio de 2015

Reglamento de Aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. (2015). Quito: Editora Nacional. Recuperado el 1 de Julio de 2015

- Reyes, E. (1993). *Contabilidad de Costos*. México, D.F.: LIMUSA, S.A. DE C.V.
Recuperado el 01 de Julio de 2015
- Ríos, G., & Gómez, Liliana. (2008). *SciELO*. Recuperado el 16 de Julio de 2015, de
DYNA: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0012-73532008000200004&lang=pt
- Roca, E., & Soldevila, Pilar. (2004). *La contabilidad de gestión en las organizaciones sin ánimo de lucro*. Madrid: INFORTEX, S.L. Recuperado el
02 de Julio de 2015, de
<https://books.google.com.ec/books?id=FeTwCS06WIsC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Rodríguez, L. (2012). *Análisis de ESTADOS FINANCIEROS* (Primera ed.). México, D.F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
Recuperado el Julio de 2015
- Rodríguez, M. (21 de Diciembre de 2011). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. Recuperado el 30 de Junio de 2015, de
<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1847/1/TA0143.pdf>
- Rojas, A. (2007). *Sistema de Costos* (Primera ed.). Colombia: Sede Manizales.
Obtenido de
https://books.google.com.ec/books?id=MtzHx36DeqkC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Rubio, S., Alfonso, Ana, Grijalba, Mario, & Pérez María. (2014). *SciELO*.
Recuperado el 16 de Julio de 2015, de
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2011-21732014000100007&lang=pt
- Sainz, M. (29 de Agosto de 2010). *Blog de WordPress.com*. Recuperado el 16 de Julio de 2015, de <https://macyte.wordpress.com/2010/08/29/la-fundamentacion-cientifica-del-proceso-de-aprendizaje/>
- Sapag, N. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación* (Primera ed.). México: Pearson Educación. Recuperado el 05 de Julio de 2015, de

<https://books.google.com.ec/books?id=pIS1QnFYt5IC&pg=PT57&dq=mercado+clientes+distribuidores+competidores+proveedores&hl=es&sa=X&ei=-YaZVdeBAobysAWOzRE&ved=0CDsQ6AEwBg#v=onepage&q=mercado%20clientes%20distribuidores%20competidores%20proveedores&f=false>

Sarmiento, R. (2007). *Contabilidad General* (Décima ed.). Quito, Provincial, Ecuador: Voluntad. Recuperado el 1 de Julio de 2015

Tapia, M. (28 de Enero de 2011). *slideshare*. Recuperado el 16 de Julio de 2015, de <http://es.slideshare.net/Verosanmaramon/capitulo-ii-6736676>

Tochozo, S. (26 de Julio de 2011). *Filosofía*. Recuperado el 30 de Junio de 2015, de http://www.filosofia.mx/index.php/forolibre/archivos/la_ontologia

Zapata, P. (2002). *Contabilidad General Fundamentos y Principios Contables* (Cuarta ed.). (E. Ariza, Ed.) Bogota, Colombia: McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A. Recuperado el 01 de Julio de 2015

Zapata, P. (2007). *Contabilidad de Costos*. (L. Solano, Ed.) Bogota, Colombia: McGraw-Hill Interamericana S.A. Recuperado el 02 de Julio de 2015

Zapata, P. (2007). *Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones*. (L. Solano, Ed.) Bogota, Colombia: McGRAW-HILL Interamericana S.A. Recuperado el 02 de Julio de 2015

ANEXOS



ANEXOS
Anexo 1 Encuesta



UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Encuesta Dirigida al Gerente

Objetivo: Recolectar información sobre la determinación de costos de producción y la fijación del precio de venta en el sector avícola del cantón Píllaro.

Recomendaciones:

- Lea detenidamente cada una de las preguntas y conteste con la mayor sinceridad ya que su respuesta ayudara al mejoramiento de la empresa para que esta sea competitiva en el mercado.
- Marque con una X la respuesta que crea conveniente
- La información proporcionada será de uso académico
- Conteste con veracidad

NOMBRE DE LA EMPRESA:

NOMBRE DEL PROPIETARIO:

1. ¿Existe un control de manejo y sanidad en los alimentos que consumen las aves?

Siempre ()

Casi Siempre ()

Con frecuencia ()

Rara vez ()

Nunca ()

Si la respuesta es nunca

Porqué.....

2. ¿Mediante que se realiza la compra de los alimentos que consumen las aves?

Cotización previa ()

Proveedores fijos ()

Proveedores distintos ()

3. ¿La cantidad de alimentos comprados abastece el consumo de las aves?

SI ()

NO ()

Si la respuesta es no

Porqué.....

4. ¿Se lleva un registro de existencia de las aves?

SI ()

NO ()

Si la respuesta es no

Porqué.....

5. ¿Se lleva un control de la mortalidad de las aves?

SI ()

NO ()

Si la respuesta es no

Porqué.....

6. ¿Qué tipo de remuneración percibe el personal encargado de la producción?

Sueldo Básico ()

Sueldo Básico en base al cargo que desempeña ()

7. ¿Existe un control sobre las actividades asignadas que realiza el personal de producción?

SI ()

NO ()

Si la respuesta es no

Porqué.....

8. ¿Qué método de costeo se aplica para el cálculo del costo de producción que incurre en la crianza de las aves?

Por órdenes de producción ()

Por procesos ()

ABC ()

Ninguno de los anteriores ()

9. ¿Es necesario la implementación de un método de costeo para la adecuada asignación de los elementos del mismo en el proceso productivo de la avícola?

SI ()

NO ()

Si la respuesta es no

Porqué.....

10. ¿Se ha incremento el volumen de venta de huevos en el primer semestre de 2015?

SI ()

NO ()

Si la respuesta es no

Porqué.....

11. ¿El precio de la cubeta de huevos ofrecida en el mercado está entre?

2,50 – 3,00 ()

3,00 – 3,50 ()

3,50 – 4,00 ()

Más de 4,50 ()

12. ¿Qué destino tienen los huevos defectuosos?

Venden ()

Consumo Interno ()

Reutilizan ()

Regalan ()

Si la respuesta es regalan

Porqué.....

13. ¿La producción de huevos cubre la demanda del mercado?

Siempre ()

Casi Siempre ()

Con frecuencia ()

Rara vez ()

Nunca ()

Si la respuesta es nunca

Porqué.....

14. ¿Cómo se distribuyen los huevos a los clientes?

Transporte propio ()

Transporte contratado ()

Compra directa por parte del cliente ()

15. ¿Mediante qué forma de pago son efectuadas las ventas de los huevos?

Contado ()

Crédito ()

Crédito y Contado ()

16. ¿En base a que es fijado el precio de venta de los huevos?

En base al extracto social del cliente ()

En base al lugar que se entrega el producto ()

En base a la región en que se distribuye el producto ()

17. ¿Los precios de venta que mantiene la avícola son competitivos en el mercado?

SI ()

NO ()

Si la respuesta es no

Porqué.....

18. ¿Es indispensable la implementación de un método para la fijación del precio de venta de los huevos?

SI ()

NO ()

Si la respuesta es no

Porqué.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2 Certificado de Autorización Avícola Santa



**PRODUCTORA DE ALIMENTOS SANTA
LUCIA PROALISAN CIA. LTDA.**

Pillaro, 8 de septiembre de 2015

CERTIFICADO

Yo, **Álvaro Mauricio Sánchez Mayorga**, en calidad de gerente de la **Productora de Alimentos Santa Lucia PROALISAN CIA. LTDA.** con número de Ruc: **1891742653001**. Certifico que la Srta. **DIANA ARACELLY CARRILLO MONCAYO** con C.I. **1804663787** realizo el estudio correspondiente para la realización del proyecto de investigación con el Tema **DETERMINACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA EN EL SECTOR AVÍCOLA DEL CANTÓN PÍLLARO**.

Es todo en cuanto puedo certificar en honor a la verdad, la persona interesada podrá hacer uso del presente como creyere conveniente.

Atentamente:

Ing. Álvaro Sánchez

Gerente General

Cel: 0999570845



Dirección: Vía Pillaro – Salcedo Sector Huapante Grande Parroquia San Andrés, Santiago de Pillaro.
Teléfonos: (593) 3-2854448 - (593) 3- 2854448

Anexo 3 Certificado de Autorización Avícola El Placer



GRANJA AVICOLA POLLOS "EL PLACER"

Rodríguez Pazmiño Gladys Amelia

Píllaro, 31 de Agosto 2015

CERTIFICADO

Yo, **GLADYS AMELIA RODRIGUEZ PAZMIÑO** en calidad de Propietaria de Granja Avícola Pollos "EL PLACER" por medio del presente CERTIFICO que la señorita **DIANA ARACELLY CARRILLO MONCAYO** con Cédula de Identidad N. **180466378-7**, realizó el estudio necesario para elaborar su proyecto de investigación con el tema: "**DETERMINACION DE COSTOS DE PRODUCCION Y LA FIJACION DEL PRECIO DE VENTA EN EL SECTOR AVICOLA DEL CANTON PILLARO**".

Es todo cuanto puedo certificar pudiendo la señorita antes mencionada hacer uso del presente en los tramites que creyere conveniente.

Atentamente,

Lcda. Gladys Rodríguez

C.I. 1801921022

Lic. Gladys Rodríguez
PROPIETARIA

Dirección: Parroquia Ciudad Nueva Calle Wilson Gómez s/n y Florida Atrás del Hospital Cantonal
Teléfono: 032874258 Celular: 0988065424 - 0988058622
Mail: avicola_elplacer@hotmail.com
PILLARO - TUNGURAHUA - ECUADOR

Anexo 4 Certificado de Autorización Avícola Mayorga



Ambato, 31 de Agosto del 2015

CERTIFICADO

Yo, **KLEVER ESTUARDO MAYORGA GORDON**, con número de RUC **1802526374001**, en mi calidad de Gerente Propietario de "AVICOLA MAYORGA" Certifico que la Srta. **DIANA ARACELLY CARRILLO MONCAY** con número de cedula **1804663787** realizo el estudio correspondiente para la realización del proyecto de investigación con el tema " **DETERMINACION DE COSTOS DE PRODUCCION Y LA FIJACION DEL PRECIO DE VENTA EN EL SECTOR AVICOLA DEL CANTO PILLARO** "

Es todo en cuanto puedo certificar en honor a la verdad, la persona interesada podrá hacer uso del presente como creyere conveniente.

Atentamente,

SR. KLEVER MAYORGA
GERENTE GENERAL
Cel. 0994866816



Dir: Guapante Grande Sector la Playa-Pillaro Tungurahua Telf: 2452862 E-mail: avicolamayorga@hotmail.com

Anexo 5 Certificado de Autorización Avícola-Anahí Andrea Espín

CERTIFICADO

Yo, **SILVIO GERMAN ESPÍN GUANIN**, con número de RUC **1801606334001**, en calidad de Gerente Propietario de la “**AVÍCOLA ANAHI-ANDREA ESPÍN**” ubicada en la parroquia Urbina, sector Tres Esquinas. Certifico que la Srta. **DIANA ARACELLY CARRILLO MONCAYO** con número de cedula **180466378-7**, realizo el estudio necesario para elaborar su proyecto de investigación con el tema “**DETERMINACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA EN EL SECTOR AVÍCOLA DEL CANTÓN PÍLLARO**”

Es todo en cuanto puedo certificar en honor a la verdad, la persona interesada podrá hacer uso del presente como creyere conveniente.

Atentamente,



SILVIO GERMAN ESPÍN GUANIN

Gerente Propietario

C.C. 180160633-4