



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

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

Tema:

**“El costo de producción y la fijación de precios de venta, de la Asociación de
Desarrollo Productivo La Delicia”.**

Autora: Andagana Pacari, Rosa Elena

Tutor: Dr. Salazar Mejía, César Augusto

Ambato-Ecuador

2016

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dr. César Augusto Salazar Mejía, portador de la cédula de ciudadanía # 180259229-3, en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación sobre el tema: **“EL COSTO DE PRODUCCIÓN Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE VENTA, DE LA ASOCIACIÓN DE DESARROLLO PRODUCTIVO LA DELICIA”**. Desarrollada por Rosa Elena Andagana Pacari, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación de la misma ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por la Comisión de Calificación designada por el Honorable Consejo Directivo.

Ambato, Febrero del 2016

El TUTOR



Dr. César Augusto Salazar Mejía

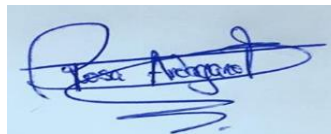
180259229-3

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA

Yo, Rosa Elena Andagana Pacari, con cédula de Ciudadanía No. 180366073-5 tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el trabajo investigativo, bajo el tema: **“EL COSTO DE PRODUCCIÓN Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE VENTA, DE LA ASOCIACIÓN DE DESARROLLO PRODUCTIVO “LA DELICIA”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Febrero del 2016

AUTORA



.....
Rosa Elena Andagana Pacari

C.I. 18036607-5

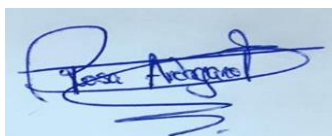
CESIÓN DE DERECHOS

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

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

Ambato, Febrero del 2016

AUTORA



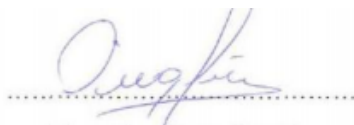
.....
Rosa Elena Andagana Pacari

C.I. 18036607-5

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Trabajo de Graduación, sobre el tema: “**EL COSTO DE PRODUCCIÓN Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE VENTA, DE LA ASOCIACIÓN DE DESARROLLO PRODUCTIVO LA DELICIA**”, elaborado por Rosa Elena Andagana Pacari, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Febrero del 2016



Eco. Mg. Diego Proaño

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



DRA. MAYRA BEDOYA JARA

Dra. Mayra Bedoya

PROFESOR CALIFICADOR



Dr. Carlos Barreno

PROFESOR CALIFICADOR

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación va dedicado de manera especial a Sawya y Wipay mis hijos por su paciencia, comprensión, el tiempo sacrificado, las limitaciones y ante todo por el apoyo incondicional y que me ha permitido venciendo toda clase de dificultad no desmayar y cristalizar este gran sueño en mi vida que es la culminación de la carrera universitaria y ser profesional al servicio de la sociedad.

Rosa Elena Andagana P.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y mi Madre por regalarme la vida, por acogerme, acompañarme y guiarme en todo momento, a mi familia y a todas aquellas personas que estuvieron a mi lado apoyándome para cumplir con este propósito.

A la Universidad Técnica de Ambato, en especial a la Carrera de Contabilidad y Auditoría que por medio de sus maestros me brindaron la oportunidad de educarme y adquirir tanto en valiosos conocimientos como en valores para ser una mejor persona y colaborar a la sociedad, así mismo a la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia, que me abrieron las puertas para apoyar con este trabajo investigativo al mejoramiento en sus actividades productivas.

Rosa Elena Andagana P.

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

TEMA: “EL COSTO DE PRODUCCIÓN Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE VENTA, DE LA ASOCIACIÓN DE DESARROLLO PRODUCTIVO LA DELICIA”.

AUTORA: Rosa Elena Andagana Pacari

TUTOR: Dr. César Augusto Salazar Mejía

FECHA: Febrero del 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo investigativo tiene el propósito primordial de responder al problema de la inadecuada asignación de costos de producción en la crianza de cuyes de la Asociación de desarrollo Productivo La Delicia, debido a la escasa información y registros contables sobre costos de producción, pues el personal no tiene los conocimientos adecuados debido a una limitada oportunidad de capacitación y ayuda de instituciones. El objetivo del presente trabajo fue identificar la relación entre los costos de producción de la crianza de cuyes y la fijación de precios de venta de cuyes. Estos resultados permiten proponer que para mejorar la rentabilidad de la producción de cuyes, las familias dedicadas a esta labor deben fortalecer su sistema de registro de información y realizar una constante evaluación de costo beneficio que reciben de esta actividad, por otra parte también permite sugerir a los técnicos de las instituciones públicas que ofertan servicios de capacitación que es necesario poner más énfasis en el cálculo de costos en la producción.

PALABRAS DESCRIPTORAS: COSTOS, PRODUCCION, PRECIOS, VENTAS, RENTABILIDAD

TECNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDIT
ACCOUNTING AND AUDIT CARRER

TOPIC: “THE COST OF PRODUCTION AND THE SALES’
SALES AND PRODUCTION FROM THE ASSOCIATION OF THE
DEVELOPMENT OF PRODUCTION LA DELICIA”

AUTHOR: Rosa Elena Andagana Pacari

TUTOR: Dr. César Augusto Salazar Mejía

DATE: February del 2016

ABSTRACT

This research work has the aim of responding to the problem of the cost in the racing and production of guinea pigs of the Association of the Development of Production “La Delicia”, due to the limited information and records on cost effectiveness, the staff does not have the enough knowledge to carry out this project and because of the lack of opportunities to be trained by specialized people from private institutions, the same that know about this subject. The principal aim of this research was, to identify the relationship between the cost of production of racing the guinea pigs and the establishment of the price that these animals must have. These results will help people to improve the cost effectiveness in the production of guinea pigs by encouraging the families that are involved in this project to have a specific and appropriate system to register data and to have a permanent evaluation of the cost effectiveness they will get. On the other hand, this project will allow trainers who work in public institutions to put a little bit more emphasis in the cost of effectiveness of the guinea pigs.

KEYWORDS: COSTS, PRODUCTION, PRICES, SALES, COST EFFECTIVENESS

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

PAGINAS PRELIMINARES	PÁGINA
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xv
INDICE DE FIGURAS.....	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	3
EL PROBLEMA.....	3
1.1 Tema.....	3
1.2 Planteamiento del problema.....	3
1.2.1 Contextualización.....	3
1.2.2. Análisis crítico	9
1.2.2.1. Árbol de Problemas.....	9
1.2.2.2. Relación Causa – Efecto	11
1.2.3 Prognosis	11
1.2.4. Formulación del problema	12

1.2.5 Preguntas directrices	12
1.2.6. Delimitación del problema.....	12
1.3 JUSTIFICACIÓN	13
1.4 Objetivos	14
1.4.1 Objetivo General	14
1.4.2 Objetivos Específicos.....	14
CAPÍTULO II	15
MARCO TEÒRICO.....	15
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	15
2.2. FUNDAMENTACIONES	16
2.2.1 Fundamentación Filosófica	16
2.2.2. Fundamentación legal	16
2.3. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	28
2.4. Marco conceptual variables.....	31
2.4.1. Marco conceptual variable Independiente: Costos en la Producción.....	31
2.4.1.1. Contabilidad.....	31
2.4.1.2. Contabilidad de costos	31
2.4.1.3 Los sistemas de costos	32
2.4.1.4 Costos de producción.....	35
2.4.2. Marco Conceptual para la Variable Dependiente: Comercialización	42
2.4.2.1. Contabilidad Administrativa	42
2.4.2.2. Marketing.....	43
2.4.2.3. Análisis y Estrategias de Precios.....	45
2.4.2.4. Fijación de Precios	49

2.5 HIPÓTESIS.....	55
2.5.1 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES DE LA HIPÓTESIS	55
CAPÍTULO III.....	56
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	56
3.1 Modalidad Básica de la Investigación.....	56
3.1.1 Investigación de campo.....	56
3.2 Investigación bibliográfica-documental.....	57
3.3 Nivel o tipo de investigación.....	57
3.3.1 Investigación Exploratoria:	57
3.3.2 Investigación descriptiva.....	57
3.3.3 Investigación de Asociación de Variables	58
3.4 Población y Muestra.....	58
3.4.1 Población.....	58
3.4.2 Muestra.....	59
3.5 Operacionalización de las variables	59
3.5.1 Variable Independiente: Costos en la Producción	60
3.5.2 Variable Dependiente: Fijación Precio de Venta	63
3.6 Plan de Recolección de Información.....	67
3.7 Plan de Procesamiento y Análisis	67
3.7.1 Procesamiento de información.....	68
3.7.2 Análisis e interpretación de resultados.....	68
CAPITULO IV	69
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	69
4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	69

4.2. VERIFICACION DE HIPOTESIS	83
4.2.1 Simbología	83
4.2.2 Modelo Lógico.....	84
4.2.3 Modelo Matemático	84
4.2.4 Determinación del Nivel de Significancia	84
4.2.5 Nivel de Significancia	85
4.2.7 Nivel de significancia y Grados de Libertad.....	85
4.2.8 Preguntas seleccionadas para la verificación de la hipótesis	85
4.2.9 Fórmulas.....	86
4.2.10 Media Aritmética	86
4.2.11 Desviación típica de la muestra.....	86
4.2.12. “T” de Student.....	87
4.2.13. Cálculo Estadístico.....	87
4.2.14. Fórmula “T” Student.....	87
4.2.15. Condición	87
4.2.16. Conclusión.....	89
CAPITULO V	90
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	90
5.1 CONCLUSIONES	90
5.2 RECOMENDACIONES	91
VI. PROPUESTA.....	92
6. 1 DATOS INFORMATIVOS	92
6.2 ANTECEDENTES.....	93
6.3 JUSTIFICACION	94

6.4 OBJETIVOS	94
6.4.1 Objetivo General	94
6.4.2 Objetivos Específicos.....	94
6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD	94
6.6. FUNDAMENTACION CIENTIFICA.....	96
6.7. METODOLOGIA DE ANALISIS PARA DETERMINACION DE COSTOS EN LA PRODUCCION DE CUY.....	100
6.7.1 Información general.....	101
6.7.2 Información sobre proceso productivo del cuy en la Asociación La Delicia	105
6.7.3 Determinación y análisis de los costos y gastos en la producción de cuyes	106
6.7.4 Diseño de formularios para recolección de información	112
7.- BIBLIOGRAFIA	124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Producción nacional de cuy	6
Tabla 2: Integrantes de la asociación la Delicia.....	58
Tabla 3: Operacionalización de la variable independiente (costos de producción)	60
Tabla 4: Procedimientos para plan de recolección de información	67
Tabla 5: Aplicación de costos de producción	69
Tabla 6: Registros contables cotejados con los egresos de bodega	71
Tabla 7: Estándares para el tiempo y actividades empleadas en la crianza del cuy.....	72
Tabla 8: Registros del uso de materias indirectos.....	73
Tabla 9: Control de insumos y desinfectantes.....	74
Tabla 10: producción de cuyes fijados por el mercado.....	75
Tabla 11: producción de cuyes fijados por el mercado.....	76
Tabla 12: Calidad de cuy e influencia en los resultados económicos de la Aso. La Delicia	77
Tabla 13: Control de consumo de forraje y balanceado en cuyes	78
Tabla 14: Control de mortalidad de los cuyes.....	79
Tabla 15: Costos de producción actuales según niveles de producción.....	80
Tabla 16: Datos de lista de chequeo.....	88

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Comercialización del cuy	4
Figura 2: Viviendas con criaderos de cuy	6
Figura 3: Árbol de problemas	10
Figura 4: Constelación de idea de las variables	28
Figura 5: Constelación de Idea de las Variables	29
Figura 6: Constelación de Idea de las Variables	30
Figura 7: Fórmula Precio de Venta	36
Figura 8: Formula detallada de precio de venta	36
Figura 9: Fórmula de los CIF	38
Figura 10: Clasificación de los Costos.....	39
Figura 11: Fijación de la demanda	53
Figura 12: Aplicación Sistema de Costos	70
Figura 13: Registros contables cotejados con los egresos de bodega	71
Figura 14: Estándares para el tiempo y movimiento empleado en la crianza de cuy	72
Figura 15: Se realizan registros de la utilización de materiales indirectos	73
Figura 16: Control de insumos y desinfectantes	74
Figura 17: Control de insumos y desinfectantes	75
Figura 18: Los precios del cuy en pie varían con frecuencia	76
Figura 19: La calidad del cuy influye en los resultados económicos de la Aso. "La Delicia"	78
Figura 20: La calidad del cuy influye en los resultados económicos de la Aso. "La Delicia"	78
Figura 21: Lleva usted un control de la mortalidad de los cuyes	80

Figura 22. Los Costos de Producción actuales varían con los niveles de producción o ventas.....	81
Figura 23: Aplicación de un método adecuado de costos de producción	82
Figura 24: Determinación “t” Student.....	88
Figura 25: Mapa conceptual del costo de producción.....	99
Figura 26: Organigrama estructural de la Asociación la delicia	103
Figura 27: Diagrama del proceso del sistema productivo y los costos de producción	106

INTRODUCCIÓN

Los costos en la producción constituyen una herramienta fundamental para el desarrollo de los sistemas de producción. En el sector productivo pecuario ha sido uno de los aspectos muy descuidados, en especial en los pequeños y medianos productores campesinos, entre otros factores, debido a la falta de metodologías de registro de información sobre los gastos que incurren, al poco nivel de conocimiento en contabilidad y uso de herramientas informáticas de las familias campesinas, que permitan el registro permanente de información, y el cálculo de los precios de venta con base a los costos reales en la producción.

Según estudios preliminares la crianza de cuyes puede ser rentable, por cuanto utilizan bajos insumos externos y en las labores de manejo de los galpones de cuyes se utiliza generalmente mano de obra familiar, sin embargo esta actividad presenta bajos niveles de rentabilidad. En este contexto la presente investigación, parte también de elementos conceptuales como contabilidad de costos, precios de venta, sistema de producción de cuyes.

El estudio se realizó considerando como caso de análisis a la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, que está conformada por 18 socias, se ubica en la comunidad El Quinche, Parroquia Santa Rosa, Cantón Ambato. Para ello se aplicó una encuesta a todas las socias, se realizaron entrevistas semiestructuradas a los directivos de la organización y se revisaron los registros existentes.

La investigación parte del supuesto que **existe una relación de dependencia entre los precios de venta con los costos en la producción**, por lo que resulta de suma importancia la cuantificación real de los costos en la producción, ello permitirá establecer el precio de venta de cuyes, para que la actividad sea económicamente sustentable. El presente trabajo permite optimizar el uso de los recursos del campesino, mejorar la eficiencia del uso de la mano de obra, de los insumos, entre otros, mediante una asignación correcta de gastos.

La información obtenida permite sugerir a los técnicos que realizan transferencia de tecnologías en la producción de cuyes, la necesidad de incluir en sus planes de capacitación el manejo de herramientas contables. En el último capítulo se desarrolla una propuesta **metodológica de asignación de recursos** para mejorar los costos en la producción.

En el **Capítulo I**, se plantea la problemática con relación a la asignación de costos en la producción en la crianza de cuyes de la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, resaltándose el árbol de problemas con sus causas y efectos, que mas adelante ayude al planteamiento de los objetivos.

Continuando hacia el **Capítulo II**, contiene el marco teórico que parte de los antecedentes investigativos, las fundamentaciones filosóficas, legales, conceptuales, las categorías relacionadas con el tema investigado, integrando el pensamiento de diferentes autores, y finaliza con el planteamiento de la hipótesis.

En el **Capítulo III** se aborda sobre la metodología, niveles y modalidad de la investigación, las población muestra y la operativizacion de las variables.

El **Capítulo IV**, contiene los resultados de la aplicación de las encuestas a las socias de la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, que han sido procesadas y analizadas respondiendo a las preguntas planteadas en este trabajo investigativo.

El **Capítulo V**, contiene las principales conclusiones y recomendaciones derivadas de los resultados obtenidos en el capítulo anterior y aportará a mejorar la asignación de costos en la producción y los ingresos de en la actividad de crianza de cuyes de la Asociación.

Finalmente el **Capítulo VI**, presenta la propuesta de solución al problema planteado y la demostración práctica sobre los costos en la producción de cuyes en la Asociación.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema

El costo de producción y la fijación de precios de venta de cuyes, en la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”.

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización

Contexto macro

La producción y comercialización del cuy en el Ecuador es una importante actividad para muchas familias campesinas. La crianza de cuyes es una actividad milenaria que se registra en los pueblos originarios de Los Andes.

Precisamente el cuy es un animal originario de la región andina y su denominación científica es “*Cavia Porcellus*”, es un roedor doméstico que se adapta a las diversas condiciones climáticas de la región. Se estima que existen alrededor de 35 millones de animales según el dato de INIAP.

La crianza de cuyes se da generalmente bajo el sistema de crianza familiar en un 95% y el 5% es bajo el sistema comercial. Bajo el sistema familiar la forma de producción es casera, con uso rudimentario de técnicas, en cambio bajo el sistema comercial aplica técnicas de crianza e infraestructura adecuadas.

Para la comercialización en el mercado se establecen tres segmentos: los cuyes que se expenden como pie de cría, los animales de descarte vivos o faenados y los que se

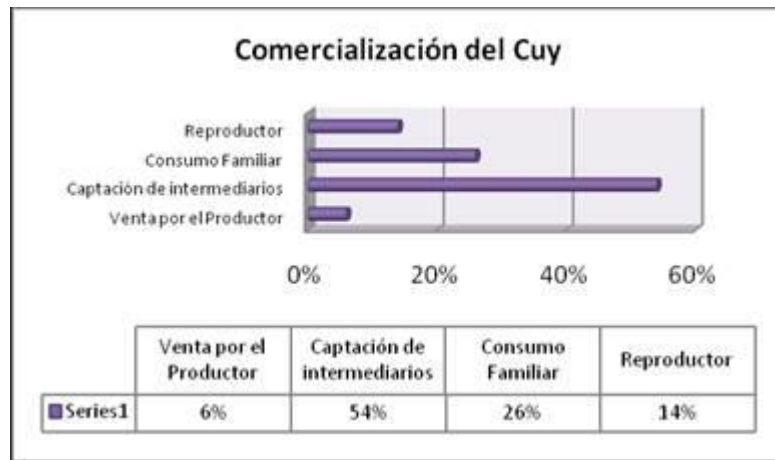
quedan como reproductores. El principal uso del cuy es de su carne utilizada como una buena alternativa, más accesible y nutritiva para la alimentación humana, siendo un plato muy tradicional en las festividades comunitarias y de las familias. El cuy en su composición tiene 20,3% de proteína; el 7,8 de grasa y 960 calorías por kilo.

Según Negocios (2012) la producción de cuyes en Ecuador se localiza en la sierra ecuatoriana, en especial en el sistema de crianza tradicional familiar y es destinado al autoconsumo, con niveles bajos de rentabilidad. Se estima un población de 15 millones de cabezas de cuyes, con tendencia al crecimiento año tras año. La producción de cuyes a pesar de ser una actividad generalizada en la región andina, ha sido relegada de los programas de transferencia de tecnología del Estado, por lo que la producción cavícola presenta una serie de limitaciones como el desarrollo de instalaciones adecuadas, mejoramiento genético, y sobre en la comercialización. En la Figura 1 se muestra que el 55% de la comercialización es realizada por intermediarios, lo que sugiere que los productores tienen más limitaciones en el acceso al mercado.

De otra parte en los últimos años se observa un crecimiento de la producción de cuyes, debido a la apertura de nuevos mercados nacionales e internacionales que demandan cuyes de calidad a precios justos. En este contexto los productores medianos y grandes están realizando esfuerzos para adecuar sus granjas incluyendo elementos tecnológicos (uso de balanceado, bebederos, líneas de cuyes mejorados originarios del Perú).

Sin embargo en el Ecuador según el diario Hoy (2009) en la sierra existen, 710 mil familias (pequeños productores) que crían cuyes de manera artesanal. En tanto que los escasos recursos económicos en este tipo de productores hacen que no se pueda cubrir las demandas actuales. De la producción total de cuyes en el Ecuador, el 70% está a cargo de pequeños y medianos productores.

Figura 1: Comercialización del cuy



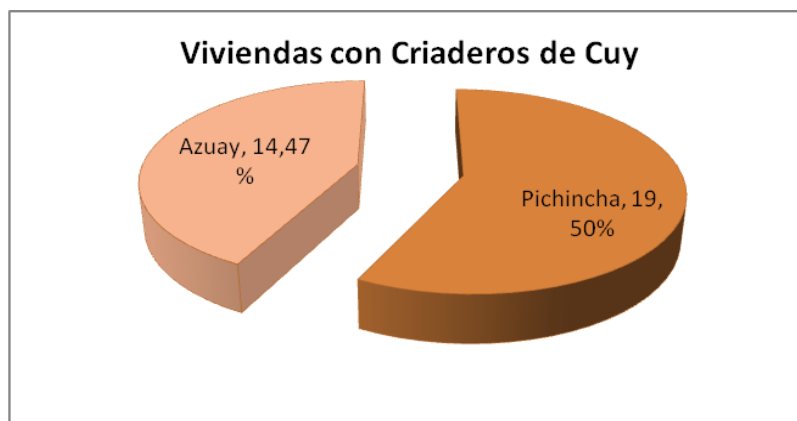
Fuente: Agro negocios (s/f), “Importancia de la Cuyicultura en Ecuador”

Elaborado por: Rosa Andagana

En tanto que según el INIAP citado por diario el Telégrafo del 29 de octubre del año 2015, el Ecuador cuenta con un promedio constante de 21 millones de animales, que suman una producción total de 47 millones de cuyes anuales, que son destinados a la venta. Esto representa 14.300 toneladas de producto.

Según la misma fuente en Cuenca y sus alrededores se estima que 103 mil familias se benefician con la venta de estos animales. Estos productores criaron, en lo que va del año, 860 mil unidades, pero la demanda es de 1,1 millones. Es decir, hay un déficit del 21,81%. "El producto de esta provincia es más solicitado por sus cualidades". En la figura 2 se muestra el porcentaje de familias que se dedica a la producción de cuyes.

Figura 2: Viviendas con criaderos de cuy en Azuay y Pichincha %



Fuente: Diario Hoy (2009), "Ecuador quiere comer más cuy"
Elaborado por: Rosa Andagana

Por otro lado es evidente el desarrollo de innovaciones en la comercialización de cuyes tomando como estrategia la asociatividad, y el mejoramiento de la presentación y embalaje que hacen que el producto sea más atractivo para los consumidores. Entre estas organizaciones destaca el trabajo de La Asociación de Mujeres Productoras de Cuyes de Cayambe –Aprocuy.

Según Magazinemba (2011), la producción anual de carne de cuy en el Ecuador, bordea las 14 300 toneladas, mismas que no abastecen la creciente demanda local. En la tabla 1 se muestran las unidades productivas y el número de cuyes.

Tabla 1: Producción nacional de cuy en el Ecuador

REGIONES	UNIDADES PRODUCTIVAS AGROPECUARIAS	NÚMERO DE CUYES
Sierra	318009	4804614
Costa	6933	71969
Resto del País	12481	190466

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (s/f), "Ficha Técnica de Alimentos"
Elaborado por: Rosa Andagana

El Ecuador con el paso de los años se ha transformado en un país productivo, por lo que el cuy gana demanda, tanto que se han perfeccionado variadas formas de presentación para su venta.

Esto ha permitido que la demanda del producto se incremente de manera considerable, lo que significa que los productores están en la obligación de mejorar sus procesos de producción y asignar de forma adecuada el costo y fijar el precio de venta real.

Contexto Meso

La provincia de Tungurahua es privilegiada por su ubicación geográfica su incesante actividad comercial, y por la dedicación de la mayoría de familias campesinas a las actividades agropecuarias, tales como: agricultura, comercialización, turismo entre otros.

Según El Comercio (s/f) en Tungurahua y Chimborazo, más de 1 800 familias están dedicadas a la reproducción, faenamamiento y comercialización del cuy. Al menos 64 500 animales se venden mensualmente. Los principales mercados de consumo son Azuay, Pichincha, Imbabura, Bolívar y otras provincias del país. En tanto que según la Estrategia Agropecuaria, Tungurahua es la segunda productora de cuyes después de Azuay. Se estima en 1 200 000 los ejemplares que crecen en los galpones grandes, medianos y pequeños que hay en la provincia.

Además cabe mencionar que el Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua organizó a los productores de los nueve cantones de la provincia en la denominada Cadena del Cuy, que es parte de la Estrategia Agropecuaria. Esta organización agrupa a más de 1 600 familias dedicadas a este emprendimiento. Ellos tienen 640000 animales y cada mes comercializan 62 000 cuyes en pie de cría (para iniciar un nuevo negocio familiar), faenados (pelados) y empacados al vacío. Sin embargo, no todos están agrupados en esta organización. En cada uno de los nueve cantones hay 10 asociaciones y cuentan con el apoyo de los municipios locales (Estrategia Agropecuaria de Tungurahua, 2013).

Por otro lado El Productor (2013) reporta que es necesario impulsar una producción agrícola amigable con la naturaleza y mejorar las condiciones de vida de los agricultores tungurahueses, lo que ha motivado la firma de nuevos convenios de cooperación interinstitucional a escala provincial, liderado por la Estrategia Agropecuaria del Gobierno Provincial de Tungurahua 2013-2015, que es parte del Parlamento Trabajo del Nuevo Modelo de Gestión. Con esta cooperación interinstitucional se impulsa de manera mancomunada la producción agroecológica, tecnificación del riego, comercialización asociativa y agroindustria, capacitación y asistencia técnica, organización socio empresarial, turismo comunitario y protección de fuentes de agua.

La producción de cuyes también se distribuye en varios cantones de la provincia, siendo Cevallos uno de los más importantes, en el cual se han consolidado actores como la Unión de Organizaciones Sociales del Cantón Cevallos que se dedican a la producción de Cuyes, en la actualidad se comercializan anualmente unos 13 mil cuyes en Cuenca e Imbabura, cuentan con tres plantas de faenamiento, guía de buenas prácticas, consolidando la imagen corporativa con su propia marca.

Según Diario El Telégrafo (2015) con el propósito de reforzar la crianza de cuyes y buscar nuevos mercados, la Dirección Provincial de Tungurahua del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), realiza un acompañamiento permanente a los pequeños productores en Santa Rosa y otras parroquias de la provincia, como parte de la estrategia 'Hombro a Hombro', que ejecuta este ministerio en ese cantón desde 2011.

La asistencia técnica se realiza con un equipo de técnicos parroquiales (un veterinario y un ingeniero agrónomo). Este equipo de trabajo brinda capacitación y asistencia técnica permanente para fortalecer a las organizaciones y la gestión socio empresarial. Cevallos cuenta con el mayor centro de comercialización de cuyes de Tungurahua, con una producción de 16 mil ejemplares.

Contexto Micro

La Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, inicia sus actividades el 13 de agosto del 2007, en el caserío El Quinche de la Parroquia de Santa Rosa, bajo la dirección de su representante legal, Lilian Marianela Vargas Guerrero, quien en la actualidad está a cargo de la Asociación, y desempeña la actividad económica de crianza y venta de cuyes.

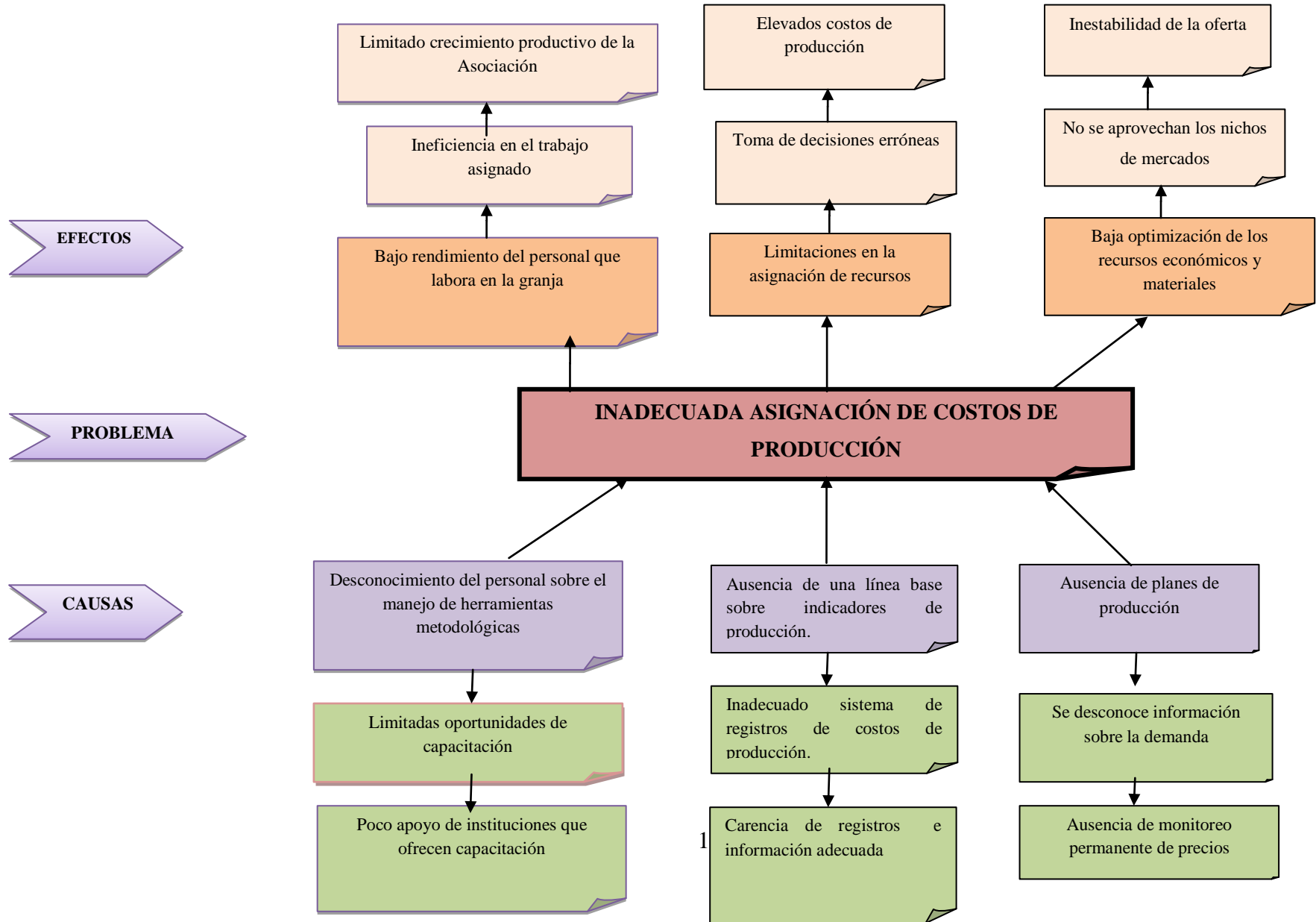
Una de las ventajas favorables que posee la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, es que cuenta con terrenos para el cultivo de pastos lo cual permite incrementar la producción de cuyes, factor importante para la alimentación de los cuyes.

Sin embargo, actualmente presenta algunas limitaciones como la inadecuada asignación de costos de producción que sumado a los elevados costos de las materias primas (balanceados, forrajes, medicamentos, vitaminas) y a la falta registros contables permanentes que permitan realizar balances continuos, influyen en la rentabilidad de estos emprendimientos.

1.2.2. Análisis crítico

1.2.2.1. Árbol de Problemas

Figura 3: Árbol de problemas



1.2.2.2. Relación Causa – Efecto

Entre las causas más importantes identificadas reaccionadas con la inadecuada asignación de costos en la producción, se encuentran: el desconocimiento del personal administrativo sobre el manejo de herramientas informáticas y contables, lo cual ocasiona que el personal a cargo de la administración tenga limitaciones de conocimientos, en consecuencia hay ineficiencia en el trabajo que realizan, lo que ocasiona un limitado crecimiento productivo de la Asociación La Delicia. Otra de las causas es la ausencia de una línea base de indicadores de producción (número partos, número crías, conversión alimenticia, tasas de mortalidad, tasas de crecimiento, entre otros), ello ocasiona una deficiente administración por lo tanto se incrementa las decisiones erróneas en consecuencia las pérdidas económicas, para las familias. Finalmente otra de las causas es la ausencia de planes de producción que conduce a una baja optimización de los recursos económicos materiales, consecuentemente no se aprovechan nichos de mercados y se presenta una inestabilidad en la oferta de cuyes.

1.2.3 Prognosis

La Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, se perjudicará al no aplicar una solución a la inadecuada asignación de costos en la producción, por lo tanto reflejará elevados costos de producción en la crianza de cuyes, debido a que solo determinan el precio de venta en función del mercado, además al no contar con procesos adecuados de control de inventarios, de asignación de precios de venta en función de la realidad de la asociación en cada época del año en donde existe recesión o crecimiento, así como limitadas oportunidades de capacitación ocasiona que no se obtenga información contable real.

Por este motivo la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, deberá aplicar estrategias adecuadas de planificación y asignación de costos en la producción con la

finalidad de incrementar la capacidad productiva de la asociación, determinar el precio de venta, e incrementar sus ingresos, ayudando de manera favorable al mejoramiento de la economía familiar.

Al no solucionar de manera favorable el problema planteado, las socias se verán afectadas, debido a que no se podrán cumplir con los objetivos propuestos, se desmotivarán, pudiendo debilitarse la producción e inclusive dejar la actividad.

1.2.4. Formulación del problema

¿De qué manera los costos en la producción se relacionan con la fijación de precios de venta, de la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”?

1.2.5 Preguntas directrices

¿Cómo se determinan el costo de producción en el proceso productivo del cuy?

¿Cómo se determina el precio de venta de la crianza de cuyes en la Asociación la Delicia?

¿Cuál sería la alternativa de solución a la inadecuada asignación costos en la producción de la Asociación la Delicia?

1.2.6. Delimitación del problema

Campo: Contabilidad de Costos

Área: Sistemas de Costos

Aspecto: Costos de Producción

Delimitación Espacial

La investigación se realizó en la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia” la misma que está ubicada en la Provincia de Tungurahua, cantón Ambato, Parroquia Santa Rosa, Barrio El Quinche, Calles Principal, Teléfono: 084553400.

Delimitación Temporal:

- **Del problema:** La presente investigación se realiza con base en la información obtenida del primer semestre del año 2015.
- **De la Investigación:** septiembre 2014-Febrero 2015.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto contribuirá a elevar la eficiencia en el proceso productivo e ingresos en actividades establecidas, lo cual permitirá un mayor volumen de producción y se incrementaría la rentabilidad. Por otro lado se espera aprovechar de mejor manera los nichos de mercado tanto en la provincia de Tungurahua como en otras provincias del país, manteniendo una oferta estable de la organización con base en la demanda de los consumidores.

Este trabajo de investigación está justificado por la importancia que brinda al solucionar el problema planteado, debido a la identificación de las causas por las cuales se presentan inadecuados procedimientos de costos en la producción y la fijación de precios de venta de cuyes, el mismo que facilitará incrementar la comercialización y permitirá satisfacer la demanda.

Una adecuada gestión de recursos económicos en la Asociación “La Delicia” permitirá mejorar los ingresos de los productores, mediante la aplicación de una metodología de costos en la producción, para de esta manera establecer un precio de ventas adecuado que beneficie a la Asociación.

Esta investigación es factible por la facilidad de obtener información inmediata, y por la cooperación de las socias de la asociación, en otorgar la ayuda adecuada para el desarrollo de la presente investigación, además se cuenta con el tiempo suficiente para su elaboración, y el libre acceso a las diferentes fuentes de información de la asociación, así como también la posibilidad de aplicar instrumentos investigativos.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Analizar los costos de producción y su relación con la fijación de precios de venta en la producción de cuyes de la Asociación La Delicia

1.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar los costos en la producción, y el proceso productivo con la finalidad de detectar falencias y tomar medidas correctivas
- Determinar las causas vinculadas con la fijación de precios de venta erróneos en la comercialización de cuyes
- Proponer una metodología para la determinación de los costos en la producción y la adecuada asignación de costos

CAPÍTULO II

MARCO TEÒRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

El costo en la producción es un tema que ha sido investigado por diferentes autores, sin embargo en relación a la crianza de cuyes existen escasos reportes, se destacan trabajos investigativos similares en otros sectores de producción. De acuerdo a Tania y Francisco (2013), en la aplicación del sistema de costos estándares, los parámetros de los costos se deben fijar y presupuestar con anterioridad, para obtener un comparativo entre los costos estándares establecidos y los costos reales que se aplicaron en la producción. Además reporta que la identificación y asignación de los costos indirectos de fabricación, en el proceso de estimación de los elementos del costo, es de suma importancia, pues su cálculo y cuota son las de mayor dificultad, al momento de aplicar un valor para el proceso productivo y la transformación de artículos (p. 204).

De este modo la estimación de los costos en la producción, implica aplicar un sistema de costos estándares que ayudan a fijar y a presupuestar con anterioridad la producción.

En relación con los sistemas de costos por órdenes en la fijación de precios y control de recursos en la empresa. Florián y Fernández (2013), en un estudio reportan que los resultados obtenidos en la aplicación del punto de equilibrio fue S/ 313,803.10, siendo la facturación real en el mismo periodo S/ 368,437.10 con lo cual demuestra que la fijación de precios para el servicio brindado es razonablemente adecuado (pero que es posible mejorarla para llegar a una utilidad del 10% sobre costos, que es lo ideal), ayudando a la gestión y toma de decisiones por parte de la gerencia (p. 82).

De otra parte el MAGAP (2014), señala que los costos en la producción de un cuy de 12 semanas fue de 3.18 USD en tanto que el precio de venta fue de 4,5 USD, que representa utilidad del 29%. Los parámetros considerados para establecer los costos en la producción fueron: Alimentación + desinfección; Limpieza + desinfección; Mano de obra; Depreciación; y Precio de venta.

Es importante asignar costos, debido a que esto ayudará a delimitar los costos reales directos y los indirectos, además de beneficiar a la entidad, para obtener datos ajustados a la realidad.

2.2. FUNDAMENTACIONES

2.2.1 Fundamentación Filosófica

La presente investigación se desarrolló en base al enfoque crítico- propositivo llamado también cuantitativo, por cuanto la realidad del entorno de las medianas y pequeñas empresas tiene múltiples problemas con sus efectos e interesa optar por otras alternativas de solución que ayuden a las personas encargadas de la Administración de la Asociación y obtener los objetivos propuestos.

Según Recalde (2011), el paradigma Crítico- Propositivo se define como “Una alternativa para la investigación social debido a que privilegia la interpretación, comprensión y explicación de los fenómenos sociales; Crítico porque cuestiona los esquemas molde de hacer investigación comprometidas con lógica instrumental de poder. Y Propositivo debido a que plantea alternativas de solución construidas en un clima de sinergia y pro actividad”.

En la presente investigación se plantea relacionar al sujeto objeto, que será de observancia procurando que los valores del investigador influyan en lo más necesario, aplicando criterios de calidad con fines de credibilidad, con el propósito de aplicar instrumentos investigativos que permitan efectuar un análisis apropiado de la información.

2.2.2. Fundamentación legal

La presente investigación se fundamenta en reglamentos y leyes que podrán respaldar el presente trabajo tales como:

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.- Suplemento - Registro Oficial N° 351, del día miércoles 29 de diciembre del 2010, que en sus articulados propone:

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas en la producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Por otro lado en la Ley Orgánica de Sanidad Animal y Vegetal e Inocuidad Alimentaria, del 20 de Diciembre del 2012 y reforma a la Ley, según Registro Oficial del lunes 27 de diciembre del 2010.

Así como también en el Proyecto de Ley Orgánica de Comercialización y Abastecimiento Alimentario, de la Conferencia Plurinacional e Intercultural de Soberanía Alimentaria, emitida el 01 de Enero del año 2013.

Título II

Actores de la Comercialización Agropecuaria

Capítulo I

Productores

Artículo 6.- Definición de Productores.- Es toda persona natural o jurídica que se dedique a la producción o aprovechamiento de productos de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico y agroindustrial de productos alimentarios o no alimentarios, siendo el responsable de los mismos y de los aspectos sanitarios de su producción o aprovechamiento, ya sea en calidad de propietario, posesionario, arrendatario, usufructo u otras formas sobre un establecimiento dedicado a estos sistemas de producción.

Se define a un establecimiento como a un espacio físico parte de un territorio el que puede ser terrestre o marítimo.

Artículo 7.- Clasificación de Productores.- Para efectos de la presente ley los productores se clasificarán en:

- a) Productor Agrícola;
- b) Productor Pecuario;
- c) Productor Forestal
- d) Productor Acuícola;
- e) Productor Agroindustrial;
- f) Pescador o Trabajador del Mar;
- g) Recolector del Manglar; y,
- h) Recolector de la Foresta.

En el Artículo 9 se define al Productor Pecuario como toda persona natural o jurídica que se dedica a la producción de productos pecuarios de tipo alimentario o no alimentario; los que pueden ser propietarios, arrendatarios o posesionarios; y se los categorizará en micro, pequeños, medianos y grandes productores, según lo establece el órgano regulador de la política pecuaria del Ecuador, considerando para su clasificación el límite de la propiedad, el número de animales en producción, el volumen de producción, los niveles de productividad, el nivel de ingreso, entre otros.

Artículo 16.- Registro de Productores.- El Estado, a través de las instituciones públicas encargadas de la rectoría política en que se encuentre ubicado cada tipo de productor, registrarán a las personas naturales y jurídicas dedicadas a la producción o aprovechamiento de productos alimentarios o no alimentarios, de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico y agroindustrial, como mecanismo de control y regulación de estos actores de la cadena de comercialización.

Capítulo II

Consumidor (demanda)

Artículo 17.- Definición de Consumidor.- Persona o conjunto de personas naturales o jurídicas que satisface sus necesidades mediante el uso de productos alimentarios o no alimentarios, de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico y agroindustrial generados en el proceso productivo; Un consumidor es aquella persona natural o jurídica que piensa comprar o ha consumido un producto determinado, eligiéndolo entre los de la competencia, para consumirlo de forma definitiva o usarlo como materia prima para el desarrollo de un nuevo producto.

Los Consumidores pueden agruparse en asociaciones, redes o colectivos, para ejercer su derechos de poder acceder a productos sanos, nutritivos y de calidad, según se establece en la Ley de Defensa del Consumidor y la Ley Orgánica de Régimen de Soberanía Alimentaria.

Título III

De los productos

Capítulo I

Tipos de Productos Agropecuarios

Artículo 28.- Definición de productos agropecuarios.- Para efectos de la presente Ley, se define a los Productos Agropecuarios como aquellos productos de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero o hidrobiológico que pueden ser para uso alimentario o no alimentario; también entran dentro de esta definición aquellos productos de los mismos orígenes o usos que han sufrido un proceso de elaboración, transformación u otros procesos generadores de valor agregado.

Artículo 29.- Clasificación de productos agropecuarios.- Los productos agropecuarios para efectos de la presente ley se clasifican en:

a) Productos Agroindustriales;

- b) Productos Estratégicos;
- c) Productos Agrícolas;
- d) Productos Pecuario;
- e) Productos Pesquero, Acuícolas e Hidrobiológicos;
- f) Otros Productos.

Artículo 33.- Definición de productos pecuarios.- Los Productos Pecuarios son aquellos productos provenientes de los sistemas de producción o aprovechamiento de animales, de uso alimentario o no alimentario, correspondientes a cada identidad cultural territorial del Ecuador.

Título IV

Del Mercado

Capítulo I, Tipos de Mercado

Artículo 36.- Definición de Mercado.- Mercado es el conjunto de personas naturales o jurídicas que participan de alguna forma en la compra y venta de los bienes y servicios o en la utilización de los mismos. Mercado es el espacio, la situación o el contexto en el cual se lleva a cabo el intercambio, la venta y la compra de bienes, servicios o mercancías por parte de unos compradores que demandan esas mercancías y tienen la posibilidad de comprarlas, y unos vendedores que ofrecen estas mismas.

Un Nicho de Mercado o un Mercado Objetivo, es un segmento de mercado constituido por un reducido número de consumidores con características y necesidades homogéneas y fácilmente identificables; el Estado, a través de las instituciones y organismos rectores de la política comercial agroalimentaria, identificará y fomentará los Nichos de Mercado o Mercados Objetivos Agropecuarios, debido a que por su pequeña dimensión constituyen excelentes oportunidades para los micros, pequeños y medianos productores de productos alimentario o no alimentario de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico o agroindustrial, ; a través de una oferta muy específica y

adaptada a las características y necesidades de los consumidores que constituyen el nicho el mercado objetivo.

Artículo 37.- Clasificación de Mercado.- Para efectos de esta ley se considerará a los siguientes niveles de Mercado:

- a) Mercado Público;
- b) Mercado Interno;
- c) Mercado Institucional;
- d) Mercado Étnico;
- e) Mercado de Circuitos cortos o de proximidad o Zonas Alternas Logísticas;
- f) Mercado de producción Agroecológica y Orgánica; y,
- g) Mercado Externo.

Artículo 40.- Mercado Institucional.- Mercado Institucional es el conjunto de personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, que participan de alguna forma en la compra y venta de productos de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico o agroindustrial, que pueden ser para uso alimentario o no alimentario, para satisfacer las necesidades de los consumidores Institucionales, tales como Empresas, Hoteles, Unidades Académicas Privadas, Negocios expendedores de comida, entre otras.

Artículo 44.- Mercado Externo, es el conjunto de personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, que participan de alguna forma en la compra y venta de productos de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico o agroindustrial, que pueden ser para uso alimentario o no alimentario, para satisfacer las necesidades de los consumidores en el extranjero.

CAPÍTULO II

Circuitos y Canales de Comercialización

Artículo 45.- Definición de Circuitos y Canales de Comercialización.- Los Canales de Comercialización o Distribución son el conjunto de personas naturales o jurídicas que adquieren la propiedad o participan en la transferencia, de un producto, bien o servicio a medida que éste se desplaza desde el productor hasta el consumidor. Los Canales de Comercialización o Distribución son las distintas rutas o vías, que la propiedad de los productos toma; para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos.

Artículo 46.- Clasificación de los Circuitos y Canales.- Los Canales de Comercialización pueden ser largos o cortos, dependiendo del número de intermediarios que contenga la cadena de distribución del producto.

Los Canales de Comercialización se clasifican en:

- a) Canales Directos.- Cuando el productor comercializa de forma directa con el consumidor final;
- b) Canales Indirectos.- Cuando el productor sede a terceras personas naturales o jurídicas la comercialización con el consumidor; y,
- c) Alternativas cooperadas de Distribución.- Cuando el productor mantiene acuerdos de distribución con terceras personas naturales o jurídicas para comercializar con el consumidor.

Capítulo III

Fomento a la Infraestructura de Almacenamiento y Comercialización

Artículo 58.- Crédito.- Estado establecerá nuevos sistemas de fomento, almacenamiento y comercialización de productos de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico o agroindustrial, para uso alimentario, mediante alternativas de crédito

flexible y asequible a través de las instituciones financieras públicas y aquellas privadas que convengan con el Estado en participar del proceso, así como mecanismos de asistencia técnica para el manejo adecuado de los productos almacenados. A través de tales sistemas de financiamiento coadyuvará a la creación de redes públicas, mixtas o privadas de acopio, transformación y almacenamiento para manejo de la producción nacional, mediante la concesión de créditos especiales para el efecto.

Se concederán créditos por parte de las entidades financieras públicas, sin perjuicio de que las entidades financieras privadas puedan también otorgar dichos créditos, para la implementación de Centros de Acopio de Asociaciones y Organizaciones de micro, pequeños y medianos productores, mismos que serán flexibles en cuanto su categoría, incluyéndose la posibilidad de prenda sobre la producción como mecanismo de garantía. El riesgo será diferenciado según el tipo de actividad de que se trate y la tramitación del crédito será preferencial a fin de garantizar la celeridad del desembolso.

Las líneas de crédito referidas en el presente artículo serán otorgadas bajo condiciones especiales de celeridad y tendrán un interés con un descuento especial y un plazo preferencial. Podrán ser otorgadas para la implementación, desarrollo e innovación de centros de acopio, incluyendo la logística y el transporte.

Artículo 59.- Estímulos tributarios.- Sin perjuicio de los beneficios establecidos en otras normativas, los Centros de Acopio de Asociaciones y Organizaciones de micro, pequeños y medianos productores de productos de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico o agroindustrial, para uso alimentario, que se instalen o repotencien su planta, y que sean previamente registradas y calificadas en cuanto al cumplimiento de los requisitos establecidos en el Reglamento, gozaran por el lapso de cinco años, de los siguientes beneficios:

a) Exoneración de los derechos arancelarios en la importación de maquinarias, equipos, herramientas y repuestos nuevos, de conformidad con los siguientes parámetros: el cien

por ciento (100%) durante los primeros dos años; el setenta y cinco (75%) durante el tercer año subsiguiente; y, el cincuenta por ciento (50%) en los dos años restantes, siempre y cuando no haya producción nacional de los mencionados equipos.

b) Los Centros de Acopio de Asociaciones y Organizaciones de micro, pequeños y medianos productores de productos de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico o agroindustrial, para uso alimentario, tendrán derecho a deducir de sus ingresos para la determinación del impuesto a la renta, el doble de las deducciones especiales por el incremento de empleados establecidas en el numeral 9 del Art. 10 de la Ley de Régimen Tributario Interno.

Si se trata de salarios pagados por pasantías, el derecho de deducibilidad del gasto será el equivalente a 1,5 veces el monto del mismo.

c) Los Centros de Acopio de Asociaciones y Organizaciones de micro, pequeños y medianos productores de productos de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico o agroindustrial, para uso alimentario, que adquieran los productos de micro, pequeños y medianos productores que comercialicen productos de sistemas de producción orgánicos, agroecológicos, que apliquen BPA o BPP o que utilicen al menos el setenta por ciento (70%) de energía limpia para su producción, tendrán derecho a deducir de su ingreso gravable el valor de tales adquisiciones multiplicado por 1,5. Igual derecho tendrán los comercializadores que adquieran los productos terminados de agroindustrias rurales o de la economía popular y solidaria.

Los valores de deducibilidad adicionales establecidos en el presente artículo, no afectarán el derecho de los trabajadores en las utilidades de las empresas.

Artículo 60.- Tarifas por servicios públicos.- Las tarifas eléctricas, de telefonía pública, internet público, agua potable y de riego para los Centros de Acopio de Asociaciones y Organizaciones de micro, pequeños y medianos productores de productos de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico o agroindustrial, para uso alimentario, para garantizar la soberanía alimentaria del Ecuador, registradas por el Ministerio encargado de la rectoría en Agricultura, y en el Registro Único de Micro,

Pequeños y Medianos productores, tendrán una rebaja general especial del veinte por ciento (20%).

Título VI
De los precios
Capítulo I
Determinación de los Precios

Artículo 61.- Precios Oficiales.- El establecimiento de precios oficiales es el mecanismo regulador de los precios de un producto de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico o agroindustrial, para uso alimentario; definido por el ente regulador de la política sectorial; para productos en que sus mercados tengan una característica monopólica, oligopólica o monopsonio.

Los precios oficiales pueden ser usados para garantizar un precio a los productores de mercados monopsonios, que cubra los costos de producción y una rentabilidad moderada que le garantice un ingreso que satisfaga la adquisición de la canasta del buen vivir, para la definición del precio oficial se utilizará las variables descritas.

Los precios oficiales pueden ser usados para garantizar un precio a los consumidores de mercados monopólicos u oligopólicos, para no afectar la adquisición de la canasta del buen vivir, en el caso de que el precio oficial se encuentre por debajo de los costos de producción y una rentabilidad moderada para el productor, El Estado deberá implementar un subsidio que cubra dichas variables descritas.

Cuando el Estado establezca una definición de precio oficial sobre un determinado producto cuyo mercado tenga las características señaladas en los párrafos anteriores del presente artículo, este debe ser acatado de forma obligatoria por el productor o el comprador, en el caso de que el productor o el comprador incumplan el precio oficial definido serán sancionados por la autoridad controladora de los precios de la siguiente forma:

a) En el caso de ser la primera vez de incumplimiento del precio oficial, será sancionado con una multa equivalente al diez por ciento (10%) de los ingresos mensuales producto de la venta o la compra, según corresponda, en el mes en que se cometió la infracción; y la clausura por quince días.

b) En el caso de ser la segunda vez de incumplimiento del precio oficial, será sancionado con una multa equivalente al veinte por ciento (20%) de los ingresos mensuales producto de la venta o la compra, según corresponda, en el mes en que se cometió la infracción; y la clausura por treinta días.

c) En el caso de ser la tercera vez de incumplimiento del precio oficial, será sancionado con una multa equivalente al cien por ciento (100%) de los ingresos mensuales producto de la venta o la compra, según corresponda, en el mes en que se cometió la infracción; y la clausura definitiva del establecimiento.

Artículo 63.- Precios Referenciales.- El establecimiento de los precios referenciales es el mecanismo de referencia o testigo de los precios de un producto de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico o agroindustrial, para uso alimentario; definido por el ente regulador de la política sectorial; para productos en que sus mercados no tengan una característica monopólica, oligopólica, monopsonio u oligopsonio.

Los precios referenciales serán utilizados como una herramienta de planificación para la producción y comercialización de productos de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico o agroindustrial, para uso alimentario; para lo cual el Estado definirá los precios referenciales de los productos en los diferentes niveles de los circuitos, desde el precio productor hasta el precio consumidor.

Para definir los precios referenciales el órgano rector de la política sectorial utilizará como variable los precios históricos de cada respectivo producto, a través de herramientas metodológicas definidas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, o quien haga sus veces, considerando el carácter estacional de la producción.

Los precios referenciales de cada producto deberán ser ampliamente socializados a todos los ciudadanos del Ecuador a través de las diferentes herramientas comunicacionales existentes públicas y privadas, para que su acceso sea garantizado en cualquier circunscripción territorial del Ecuador.

Título IX
Investigación y desarrollo
Capítulo I
Zonificación productiva

Artículo 88.- ZONAS PRODUCTIVAS.- El Estado a través del órgano regulador de la política de productos de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico o agroindustrial, para uso alimentario o no alimentario, deberá realizar, con la participación de los actores productivos, un estudio de zonificación productiva de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico o agroindustrial, para uso alimentario o no alimentario, para armonizar el desarrollo de estas actividades con los lineamientos del plan nacional del Buen Vivir.

Esta zonificación debe ser actualizada cada cinco años, para determinar al detalle las zonas competitivamente más actas para los diferentes sistemas de producción de origen agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológico o agroindustrial, para uso alimentario o no alimentario.

Este estudio de zonificación productiva deberá contener como mínimo las siguientes variables:

b) Pecuaria:

1. Raza de los animales productivos
2. Propósito Productivo
3. Capacidad Hídrica;

4. Nivel de precipitación;
5. Humedad;
6. Temperatura;
7. Luminosidad; e,
8. Impacto Ambiental.

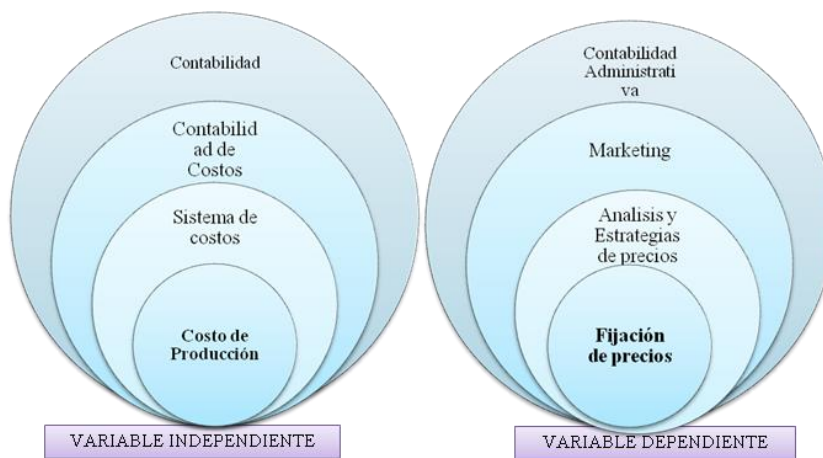
Artículo 116.- Insumos Pecuarios.- Los Insumos Pecuarios son insumos agropecuarios que pueden ser de origen orgánico o inorgánico, que se utilizan para ayudar a los sistemas de producción pecuarios a mejorar los rendimientos y la rentabilidad de los productos.

El Estado fomentará e incentivará a través del órgano regulador de la política de productos de origen: agrícola, pecuario, acuícola, pesquero, hidrobiológicos o agroindustrial, para uso alimentario o no alimentario; la utilización de sistemas de producción pecuario de origen agroecológicos y de aquellos que sean amigables con la naturaleza.

2.3. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Superordinación conceptual

Figura 4: Constelación de idea de las variables



Elaborado por: Rosa Andagana

• Superordinación Conceptual

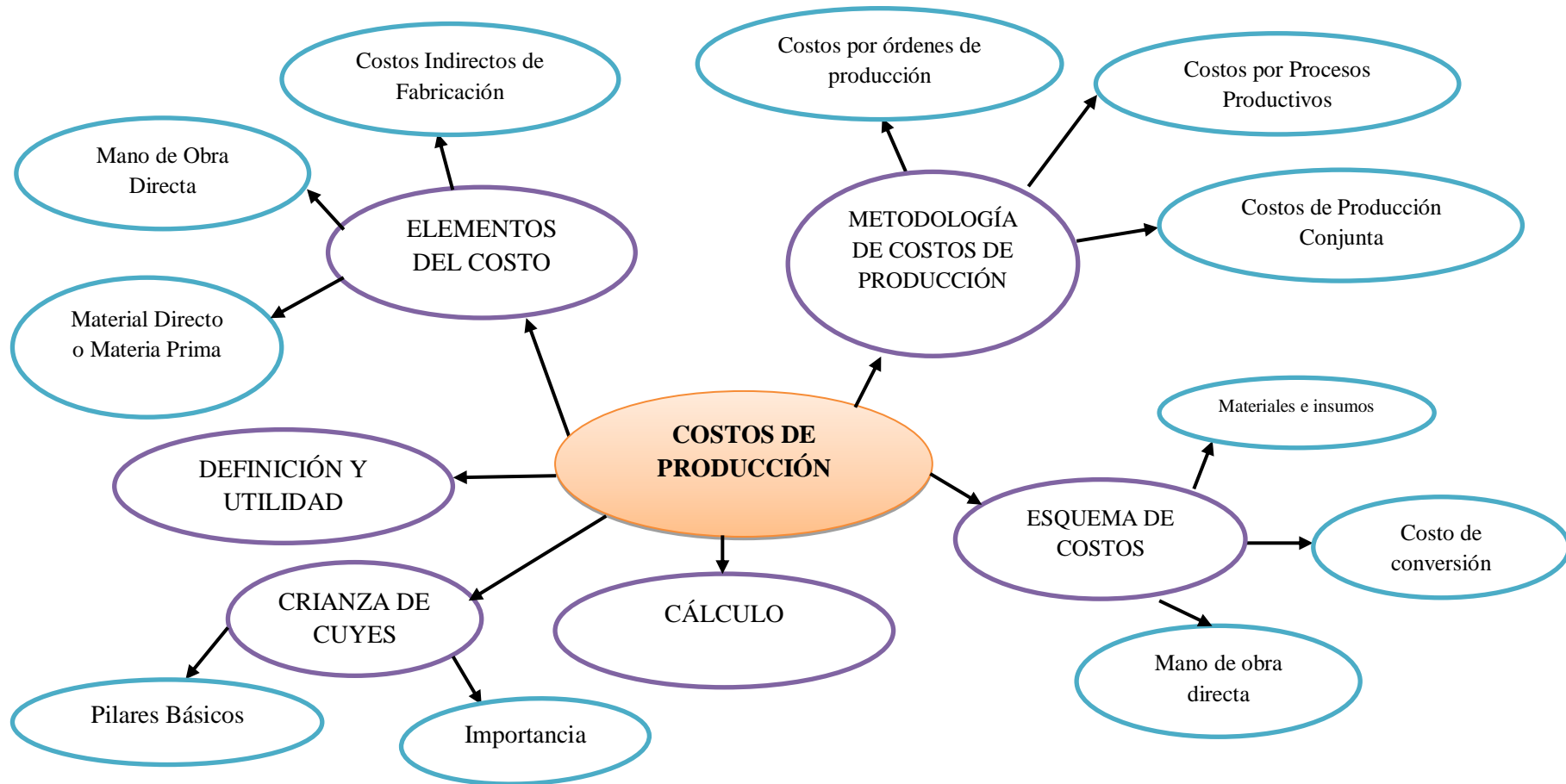


Figura 5: Constelación de Idea de las Variables
Elaborado por: Rosa Andagana

- Subordinación Conceptual

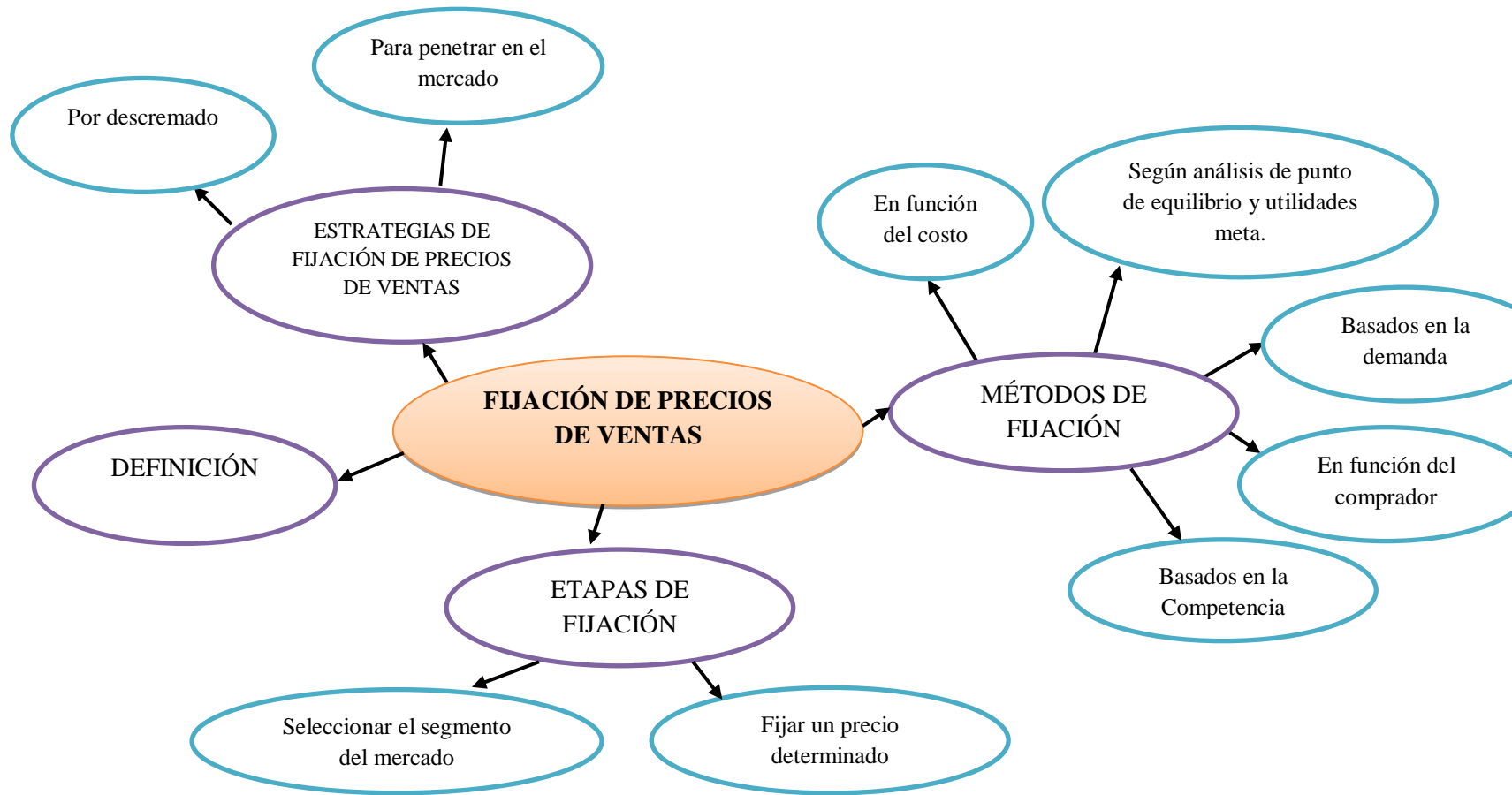


Figura 6: Constelación de Idea de las Variables
Elaborado por: Rosa Andagana

2.4. Marco conceptual variables

2.4.1. Marco conceptual variable Independiente: Costos en la Producción

2.4.1.1. Contabilidad.

Se define como el conjunto de técnicas que se encargan de comprobar, medir y evaluar la situación financiera y patrimonial de las empresas, así como el resultado obtenido de sus operaciones, a través del registro de sus transacciones, con el fin de servir a la toma de decisiones, presentando la información, de manera comprensible y útil para las distintas partes interesadas (Arnas, 2013, p. 1-2).

En términos generales la contabilidad puede ser:

Financiera o externa: cuando proporciona información acerca del patrimonio y los resultados de la empresa y que resulta de interés a directivos, empleados, accionistas, Hacienda Pública, bancos o acreedores. Esta información está contenida en las Cuentas Anuales, que deben de formularse al término del ejercicio. Las Cuentas Anuales son: El Balance, la Cuenta de Pérdidas y Ganancias, el Estado de Cambios en el Patrimonio Neto, el Estado de Flujos de Efectivo y la Memoria (Arnas, 2013, p. 1-2).

De gestión, interna o de costes: Esta contabilidad provee de indicadores y aporta a realizar presupuestos. Es un instrumento clave para mejorar los resultados por la vía de los costes en la producción. Es el instrumento que dota de información respecto a la situación de la empresa, su resultado y las causas de tal resultado, permiten el control de las mismas y una adecuada toma de decisiones. Esta contabilidad no está regulada (Arnas, 2013, p. 1-2).

2.4.1.2. 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 producir un producto, prestar un servicio, o los procesos o actividades que fueren inherentes a su producción (Zapata, 2007, p. 19).

La contabilidad de costos tiene como objetivo conocer con exactitud, cuál es el costo unitario de los diferentes productos, a que precios se está vendiendo en el mercado, su correcta utilización de los recursos disponibles, según las expectativas de la empresa (Zapata, 2007, p. 19).

La contabilidad de costos permite: a) Determinar el costo de los inventarios de productos en proceso, terminados y materiales e insumos, tanto unitarios como globales, con miras a su presentación en el balance general; b) Establecer el costo de los productos vendidos, a fin de poder calcular la utilidad o pérdida del periodo respectivo y presentarlos en el estado de resultados; c) Dotar a los directivos y ejecutivos de herramientas para planificar y controlar los costos de producción; d) Guiar la toma de decisiones, cuando se deben mantener o desechar ciertas líneas de producción, aceptar o no nuevos pedidos, comprar nueva maquinaria, entre otros.; e) Combinar apropiadamente el surtido de productos, ampliar infraestructura, y en general, todo cuanto se refiera a nuevas inversiones productivas; f) Controlar el uso de los elementos del costo mediante el reporte de datos, usos indebidos o demoras innecesarias, y optimizar las utilidades con los ahorros que se obtengan de las acciones que provengan y eviten los desperdicios citados; g) Ubicar las áreas, procesos, actividades y aspectos que encarecen el producto o impiden obtenerlo de manera económica y oportuna, identificando sus causas y efectos de corto y largo plazo (Zapata, 2007, p. 19).

2.4.1.3 Los sistemas de costos

Los Sistemas de Costos 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 en la producción y de los recursos materiales, laborales y financieros (Hill, 2012).

Se distinguen los siguientes sistemas de costos:

Sistema de Costos por Órdenes en la Producción, tiene como objetivo conocer el costo del producto terminado, que previamente ha sido planeado su volumen en la producción, destinado a complementar las existencias del almacén de productos terminados o para el surtimiento de un pedido por un cliente determinado (Fernández y Montiel, 2012).

El costeo por órdenes de trabajo, según Hill (2012) es un método de acumulación y distribución de costos utilizados por las entidades que manufacturan productos de acuerdo con especificaciones del cliente. Las operaciones comienzan con la emisión de una orden de producción en la cual, los materiales directos y la mano de obra directa se acumulan para cada orden de trabajo. Los costos indirectos de fabricación, se acumulan por departamentos y luego se los distribuye a las órdenes de trabajo.

El Sistema de Costeo por Órdenes de Trabajo se caracteriza porque: a) los materiales directos y la mano de obra directa se acumulan para cada orden de trabajo. Los costos indirectos de fabricación se acumulan por departamentos y luego se distribuyen a las órdenes de trabajo, todos los costos de fabricación se asignan a los productos fabricados; b) Los materiales directos se cargan a las órdenes de trabajo específicas, los materiales indirectos se cargan a los centros de costo indirecto de fabricación por departamento y se asignan a las órdenes de trabajo específicas a su terminación por medio de una tasa de aplicación de costos indirectos de fabricación; c) Los costos de mano de obra se acumulan a través de la boleta de tiempo, éste es distribuido a las órdenes de trabajos específicas que están en proceso en base a las boletas de tiempo que indican el número de horas trabajadas en cada orden de trabajo (Hill, 2012) .

Sistema de Costeo por Proceso, todo sistema de costos tiene por objetivo conocer el costo del producto elaborado, los costos por procesos productivos no son la excepción, para ello el sistema de costos unitarios se van acumulando de una etapa o fase en la

producción, o de un departamento a otro hasta llegar al último donde queda concluida la producción y pasa al almacén de productos terminados (Fernández y Montiel, 2012).

En tanto que para Hill (2012), el costeo por procesos es un sistema de acumulación de costos de producción por departamento o centro de costo. Un departamento es una división funcional principal en una fábrica donde se ejecutan procesos de manufacturas. Cuando dos o más procesos se ejecutan en un departamento, puede ser conveniente dividir la unidad departamental en centros de costos.

Cada proceso se conforma como un centro de costo, los costos se acumulan por centros de costos en vez de por departamentos. Los departamentos o los centros de costos son responsables por los costos incurridos dentro de su área y sus supervisores deben reportar a la gerencia por los costos incurridos preparando periódicamente un informe del costo en la producción (Hill, 2012).

Un sistema de costos por procesos determinan como serán asignados los costos de manufactura incurridos durante cada período. La asignación de costo en un departamento es sólo un paso intermedio; el objetivo es determinar el costo unitario total para poder determinar el ingreso. Durante un cierto período algunas unidades serán empezadas, pero no todas serán terminadas al final de él (Hill, 2012).

El costeo por procesos se ocupa del flujo de las unidades a través de varias operaciones o departamentos, sumándose más costos adicionales en la medida en que avanzan. Los costos unitarios de cada departamento se basan en la relación entre los costos incurridos en un período de tiempo y las unidades terminadas en el mismo período (Hill, 2012).

Según Hill (2012) el objetivo de un sistema de costo por proceso es determinar qué parte de los materiales directos, de mano de obra directa y costos indirectos de fabricación se aplica a las unidades terminadas y transferidas y qué parte se aplica a las unidades aún en proceso.

Cada departamento prepara un informe del costo en la producción que ilustra las asignaciones.

El sistema de costos por procesos se caracteriza por: a) Los costos se acumulan y se registran por departamentos o centros de costos; b) Cada departamento tiene su propia cuenta de inventario de trabajo en proceso en el libro mayor. Esta cuenta se carga con los costos del proceso incurridos en el departamento y se acredita con los costos de unidades terminadas transferidas a otro departamento o artículos terminados; c) Las unidades equivalentes se usan para determinar el inventario de trabajo en proceso en términos de las unidades terminadas al fin de un período; d) Los costos unitarios se determinan por departamentos en cada período; e) Las unidades terminadas y sus correspondientes costos se transfieren al siguiente departamento o al inventario de artículos terminados. En el momento que las unidades dejan el último departamento del proceso, los costos totales del período han sido acumulados y pueden usarse para determinar el costo unitario de los artículos terminados (Hill, 2012).

Sistema de Costos en la Producción Conjunta, es aquella que proviene de una misma materia prima o de un proceso productivo, o de varias materias primas y diferentes procesos de producción, dando lugar a la obtención de una variedad de artículos que pueden ser muy distintos en: calidad, tamaño, volumen, peso y naturaleza (líquidos o sólidos); que la dirección de la empresa determinara su importancia y el grado de aprovechamiento de la misma (Fernández y Montiel, 2012).

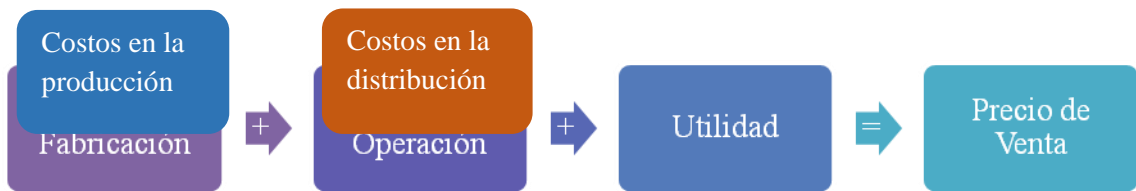
2.4.1.4 Costos de producción

Se definen como los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo en la producción indica el beneficio bruto.

Los costos en la producción son importantes por cuanto deriva en primer lugar, de la necesidad que existe en el socialismo de la medición de los gastos de trabajo productivo, del nivel de desarrollo de la productividad del trabajo y el carácter de este. En segundo lugar por la necesidad de comparar los gastos, con los resultados obtenidos en la actividad económica productiva de las diferentes empresas (Santana & Hernández, 2012).

El costo de productos fabricados es la suma de la totalidad de erogaciones que fue necesario hacer para lograr su fabricación, modelo que se ilustra de la siguiente manera:

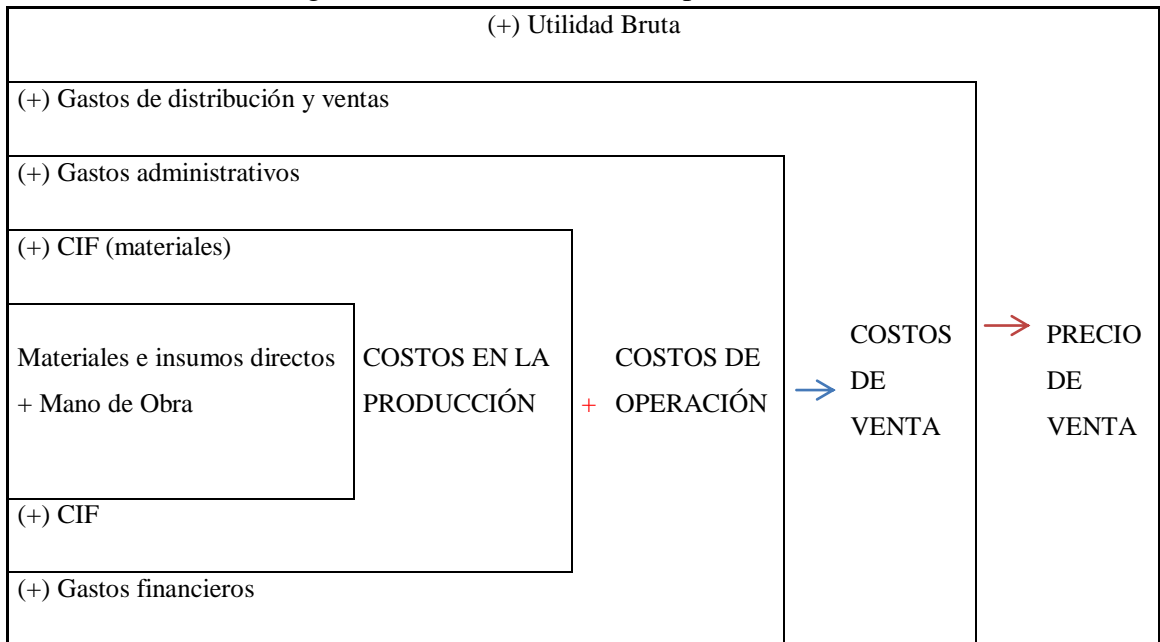
Figura 7: Fórmula Precio de Venta



Elaborado por: Rosa Andagana

En el diagrama adjunto se ilustra cada rubro de manera más detallada.

Figura 8: Fórmula detallada de precio de venta



(+) Gastos de distribución y ventas
(+) Utilidad Bruta

Elaborado por: Rosa Andagana

Elementos del Costo

Para la fabricación de cualquier bien o prestación de un servicio es necesario adquirir y poner a disposición del proceso productivo tres elementos consustanciales y vinculados entre sí:

1.- **Materia Prima.**- Son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados, se divide en:

Materia Prima Directa (MPD).- Son todos los materiales sujetos a transformación, que se pueden identificar plenamente con los productos terminados, como por ejemplo, la madera en la industria mobiliaria (Sarmiento, 2010, p. 17-18).

Materia Prima Indirecta (MPI).- Son todos los materiales sujetos a transformación que no se puedan identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados, por ejemplo, el barniz en la industria mobiliaria (Sarmiento, 2010, p. 17-18).

2.- **Mano de Obra.**- Es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformación de las materias primas en productos terminados, se divide en:

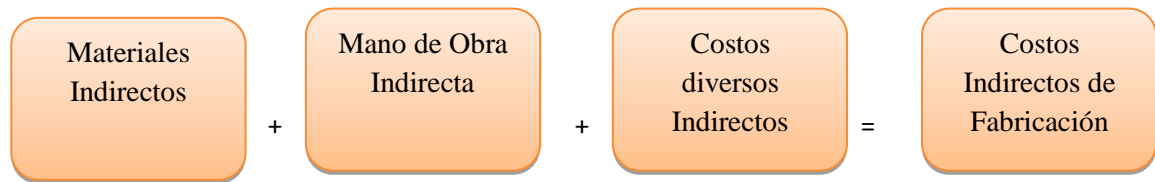
Mano de Obra Directa (MOD).- Son los salarios, prestaciones y obligaciones a que den lugar, de todos los trabajadores de la fábrica, cuya actividad se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados (Sarmiento, 2010, p. 17-18).

Mano de Obra Indirecta (MOI).- Son los salarios, prestaciones y obligaciones a que den lugar, de todos los trabajadores de la fábrica, cuya actividad no se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados (Sarmiento, 2010, p. 17-18).

3.- Costos Indirectos de Fabricación, conforman algunos costos indirectos diversos que no pueden considerarse ni materiales directos ni mano de obra directa. Este el caso de gastos por energía, herramientas, alquileres, seguros, depreciación de máquina, teléfono, agua (Sarmiento, 2010, p. 17-18).

Entonces podemos obtener la siguiente igualdad:

Figura 9: Fórmula de los CIF



Fuente: (Zapata P, 2007, pág. 21) Manual de Contabilidad de Costos
Elaborado por: Rosa Andagana

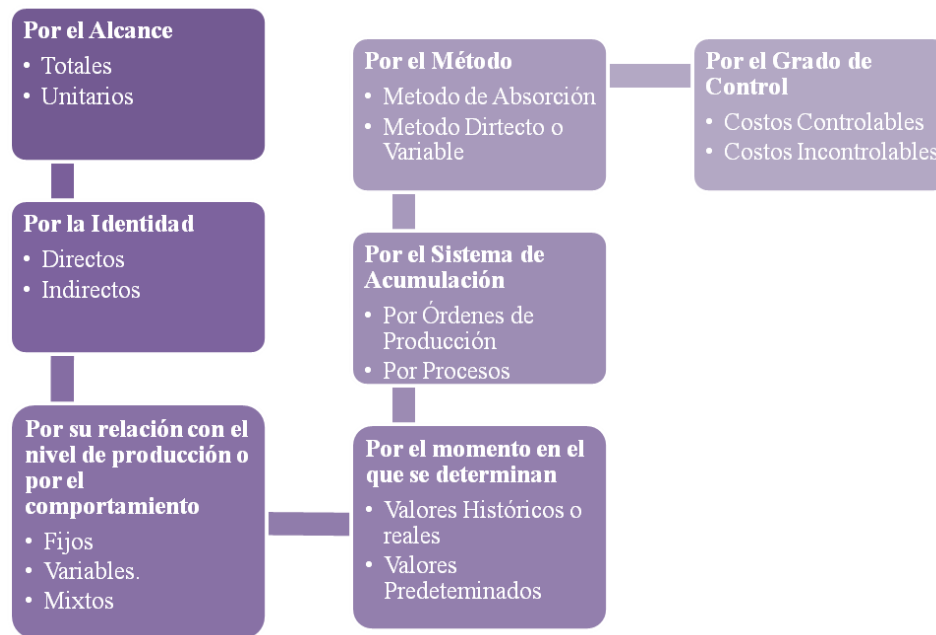
Clasificación y tratamiento de los elementos del costo

Los costos se clasifican según:

El alcance en: a) totales cuando la inversión es realizada en materiales, fuerza laboral y otros servicios e insumos para producir un lote o grupo de bienes o prestar un servicio y b) unitarios, que se obtiene al dividir los costos totales entre el número de unidades fabricadas.

Por la identidad en: a) directos 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; y b) en indirectos que poseen cierto grado de dificultad para asignarlos con precisión y, por lo tanto conviene tratarlos como indirectos a fin de evitar confusiones y asignaciones injustas.

Figura 10: Clasificación de los Costos



Fuente: (Zapata P, 2007, pág. 25) Contabilidad de Costos

Elaborado: Rosa Andagana

Por su relación con el nivel de producción o por el comportamiento según Zapata (2007), se clasifican en:

Fijos.- Aquellos que permanecen inalterables durante un rango relevante (de tiempo o nivel de producción). Ejemplos: arriendos de local donde funciona un local comercial.

Variables.- Aquellos que crecen o decrecen de inmediato y en forma proporcional conforme suba o baje el nivel de producción.

Mixtos.- Aquellos elementos que tienen algo de fijo y también algo de variable. Ejemplo: la energía eléctrica, la parte fija es la pensión básica y la parte variable está dada por el consumo de kilovatios-hora.

Por el momento en el que se determinan en:

Valores Históricos o reales.- De esta forma se obtienen costos más precisos, puesto que a medida que se producen los bienes, simultáneamente se determina cuánto cuestan con base en documentos y tablas en las que constan los precios de los elementos requeridos.

Para el presente trabajo de investigación se utilizará los costos reales o históricos, siendo la primera etapa de los costos, ya que en él se concentran todos los valores reales para la elaboración de un bien, la materia prima, la mano de obra y los cargos indirectos, a partir del registro de estos gastos y la obtención del costo unitario de un producto una vez concluido el proceso productivo.

Valores Predeterminados.- De esta forma tendremos costos algo razonables, que se calculan por anticipado, permitiendo hacer aproximaciones que generarán costos precisos, aunque seguirán considerándose normales. La salvedad en esta forma la constituyen costos estándar, que deben ser precisos.

Por el sistema de acumulación en:

Sistema de Acumulación Por Órdenes de Producción.- Utilizado por empresas que fabrican a pedido o por lotes.

Sistema de Acumulación Por Procesos.- Utilizado por empresas que producen en serie y, por ende, a gran escala.

Por el método en:

Por el método de absorción.- En la determinación del costo en la producción se consideran todos los elementos, tanto fijos como variables.

Por el método directo o variable.- En la determinación del costo en la producción se consideran exclusivamente los elementos variables y directos, dejando los costos fijos en un sector independiente.

Por el grado de control en:

Costos controlables.- 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.

Costos incontrolables.- 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.

FORMAS DE PRODUCCIÓN Y SISTEMAS DE COSTEO

Según Zapata (2007), las formas de fabricación dependen de la naturaleza del producto, la infraestructura instalada y las estrategias de comercialización que se utilizan. Se pueden reconocer tres formas de fabricación: bajo pedido específico, por lotes y en serie o producción continua (p. 56-61).

Fabricación bajo pedido específico

Consiste en producir un bien o un grupo de bienes atendiendo a instrucciones, condiciones, técnicas y características específicas del cliente. Para esta forma de fabricación es necesario que la empresa, adecue su capacidad instalada a las condiciones particulares del producto deseado, utilizando materiales e insumos requeridos por el cliente; la venta del artículo está asegurada e incluso el precio de venta puede concentrarse por anticipado (Zapata, 2007).

Bajo esta forma se fabrican casas, artículos de imprenta, prótesis, joyas, carrocerías, zapatos y trajes a la medida, vehículos especializados, aviones, buques y en general productos específicos. Entre los servicios que se ofrecen bajo estas características, están: atención médica, reparación de bienes, consultorías y auditorías (Zapata, 2007).

Características:

- Requiere acoplar plenamente la infraestructura de equipos y espacios físicos a las particularidades de los bienes que van a fabricarse.
- El diseño, medida, colores, tipo de materiales, etc., deben responder a las exigencias del cliente.
- El número de unidades a producir es limitado, sujeto al pedido concreto del cliente.
- El costo en la fabricación será mayor respecto al de otra forma de fabricación.
- El precio de venta se puede negociar con anticipación.
- No requiere inversión en búsqueda de clientes.
- El producto será plenamente identificable, cualquiera sea el caso de avance (Zapata, 2007).

2.4.2. Marco Conceptual para la Variable Dependiente: Comercialización

2.4.2.1. Contabilidad Administrativa

Según Nieves (2011), la contabilidad administrativa ayuda a los administradores de los diversos tipos de negocios a responder preguntas vitales acerca del funcionamiento de su empresa. Por su parte, la misma produce información para los administradores dentro de la organización; por lo que podemos asegurar que es el proceso de identificar, medir, acumular, analizar y comunicar información que ayude a los administradores a cumplir los objetivos principales de su organización (p. 1)

La Contabilidad Administrativa, basa todos sus estudios en el comportamiento de los Costos en que incurre una empresa en un período determinado. Se distinguen dos formas de análisis: a) el Estado de Resultados mediante el Sistema tradicional del costeo absorbente que es el más usado con fines externos, este método incluye en el costo del producto todos los costos de la función productiva, independientemente de su

comportamiento fijo o variable. El argumento en que se basa dicha inclusión es que, para llevar a cabo la actividad de producir, se requieren de ambos; y b) El Sistema de costeo directo, que considera los costos fijos en la producción como costos del período, mientras que el costeo absorbente los distribuye entre las unidades producidas.

Para valorar los inventarios, el coste directo solo considera los costos variables; el costeo absorbente incluye tanto los fijos como los variables.

2.4.2.2. Marketing, se define como las relaciones de intercambio que satisfacen los objetivos individuales y organizacionales, mediante los procesos de planificación y ejecución de acciones de producto, precio, distribución y comunicación de bienes, servicios e ideas” (Molina, 2009, p. 2).

De acuerdo a Jiménez (2013), el marketing se clasifica en:

a) Marketing estratégico, que se centra en comprender en qué medida y de qué forma los cambios futuros que experimentará el mercado pueden afectar la actividad normal de emprendimiento para de esta forma establecer las estrategias adecuadas a fin de que se adapte a los mismos. Se trata, por tanto, de un análisis sistemático y permanente de las necesidades del mercado con el objetivo de desarrollar productos rentables que consigan diferenciar a una empresa de sus competidores más inmediatos, obteniendo así una ventaja comparativa. Su orientación es a largo plazo.

b) Marketing operativo, se refiere a las actividades de organización de estrategias de venta y de comunicación, a corto y medio plazo, tienen como objetivo dar a conocer y a valorar a los compradores potenciales las cualidades distintivas de los productos ofrecidos al mercado.

Las 4 P del Marketing

Según Kotler y Armstrong (2004), existen cuatro variables muy importantes a considerar dentro del marketing que le permiten a una empresa direccionar su actividad económica, partiendo de las necesidades de los consumidores (p. 792).

Producto: Una empresa puede ofrecer un producto, un servicio o la combinación de éstos, para satisfacer los deseos y/o necesidades de su segmento de mercado. Es importante resaltar las características, atributos y beneficios de los productos debido a que permite la identificación de éstos en un determinado mercado, la diferenciación de la competencia y el logro de un posicionamiento de marca. Los productos tienen un ciclo de vida que se divide en cuatro etapas:

- Introducción.
- Crecimiento.
- Madurez.
- Declive.

(Kotler y Armstrong, 2004).

Plaza: También se le conoce con el nombre de distribución. Incluye los canales -intermediarios- que se usarán para que el producto llegue al consumidor final, que puede ser a través de mayoristas, minoristas, detallistas, agentes, distribuidores, etc. (Kotler y Armstrong, 2004).

Precio: es el valor que deben pagar por un producto los compradores. Se determina partiendo de la realización de una investigación de mercados, a través de la cual se identifica la demanda que tiene el producto, los precios de la competencia, el poder adquisitivo de los compradores, las tendencias actuales, los gustos del mercado meta, etc. Indicadores que son factores influyentes al momento de definir el precio de un producto (Kotler y Armstrong, 2004).

Promoción: El objetivo principal de la promoción es el aumento de las ventas, por medio de la comunicación, envío de información y persuasión de los stakeholders-accionistas, clientes actuales o reales y potenciales, proveedores, gobierno, sindicatos, empleados (Kotler y Armstrong, 2004).

2.4.2.3. Análisis y Estrategias de Precios.

La elección de una adecuada estrategia de precios es un paso fundamental dentro del «proceso de fijación de precios» porque establece las directrices y límites para la fijación del precio inicial” y “Los precios que se irán fijando a lo largo del ciclo de vida del producto, todo lo cual, apunta al logro de los objetivos que se persiguen con el precio, por ello, resulta imprescindible que los mercadólogos tengan un buen conocimiento acerca de lo que es una estrategia de precios y de cuáles son las principales opciones que debe considerar al momento de diseñar una estrategia de este tipo (Lamb, 2007, pgs. 607-610; Randall, 2003, pg. 243).

La estrategia de precios se define como un marco de fijación de precios básicos a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del producto (Lamb Charles, 2007, pgs. 607-610). En tanto que para Randall (2003), la política general de fijación de precios de una empresa es una decisión estratégica: tiene implicaciones a largo plazo, hay que desarrollarla con mucho cuidado y no se puede modificar fácilmente. Es parte de la estrategia de posicionamiento general de la empresa (pg. 243).

PRINCIPALES ESTRATEGIAS DE PRECIOS

Según varios expertos, mencionan que las principales o más usadas estrategias de precios son las siguientes:

Estrategia de Descremado de Precios, para Stanton (2004), poner un precio inicial relativamente alto para un producto nuevo se le denomina asignación de precios descremados en el mercado. De ordinario, el precio es alto en relación con la escala de precios esperados del mercado meta. Esto es, el precio se pone al más alto nivel posible que los consumidores más interesados pagarán por el nuevo producto. Mientras que Lamb (2007), el término de precios se deriva de la frase "quitar la crema de la superficie" y denota un precio alto con relación a los precios de productos competitivos. Conforme un producto avanza por su ciclo de vida, la empresa puede reducir su precio para llegar con éxito a segmentos de mercado más grandes (pgs. 607-610).

Mientras que para Stanton (2004), esta estrategia de precios tiene varios propósitos, por ejemplo: Proveer márgenes de utilidad sanos (para recuperar los costos de investigación y desarrollo), connotar alta calidad, restringir la demanda a niveles que no rebasen las capacidades de producción de la compañía, proporcionar flexibilidad a la empresa (porque es mucho más fácil bajar un precio inicial que topa con la resistencia del consumidor que subirlo si ha resultado demasiado bajo para cubrir los costos) (págs. 423-424).

Por otra parte, el descremado o desnatado de precios es conveniente en las siguientes condiciones: a) cuando el producto ofrece beneficios genuinos y nuevos que atraigan a los compradores y por los que éstos estén dispuestos a pagar (Randall, 2003, p. 243); b) cuando el número de clientes potenciales dispuestos a comprar de inmediato el producto al precio inicial alto es suficiente para que esas ventas sean rentables” (Kerin, 2004, pgs. 412-421); c) cuando el producto está protegido de la competencia por una o más barreras de entrada, como una patente (Stanton, 2004, págs. 423-424); d) cuando la demanda es bastante inelástica, que ocurre en las primeras etapas del ciclo de vida de un producto (Stanton, 2004, págs. 423-424), y d) cuando los clientes interpretan el precio alto como indicativo de calidad (Kerin, 2004, págs. 412-421).

Estrategias de Precios de Penetración, esta es otra estrategia de precios aplicable a productos nuevos pero totalmente opuestos al descremado de precios.

Según Kotler (2004), consiste en fijar un precio inicial bajo para conseguir una penetración al mercado rápido y eficaz, es decir para atraer rápidamente a un gran número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado. El elevado volumen de ventas reduce los costes en la producción, lo que permite a la empresa bajar aún más su precio, esta es una estrategia muy utilizada por las empresas grandes (págs. 392-394).

La estrategia de precios de penetración tiene como principales objetivos: Penetrar de inmediato en el mercado masivo, generar un volumen sustancial de ventas, lograr una gran participación en el mercado meta, desalentar a otras empresas de introducir productos competidores y atraer nuevos clientes o clientes adicionales que son sensibles al precio (Stanton, 2004, págs. 423-424)

Estrategias de Precios de Prestigio.

Según Roger (2004, págs. 412-421), “el uso de precios de prestigio consiste en establecer precios altos, de modo que los consumidores conscientes de la calidad o estatus se sientan atraídos por el producto y lo compren”. Ejemplos: Automóviles Rolls Royce, Perfumes Channel, Joyas Cartier, Cristalería Lalique y relojes suizos entre otros.

ESTRATEGIAS DE PRECIOS BASADA A LA COMPETENCIA

Según Andere (2013), el precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, en tanto que la competencia se define como la capacidad para responder a las exigencias individuales o sociales para realizar una actividad estrategia de precios orientada a la competencia y equipararse con los precios de los competidores, que busca:

a) Diferenciarse de los competidores con precios superiores; b) Diferenciarse de los competidores con precios inferiores; y c) Mantenimiento del precio frente a la competencia.

A demás en algunos casos, puede existir un precio fijado por el mercado se excluye la utilización de precios como variable de competencia. Por ejemplo, al no ser idénticos los productos que compiten en el mercado, la diferencia de calidad existente entre ellos pueden justificar diferencias en los precios. En tanto que las decisiones sobre precios deben subordinarse, en primer lugar, a los objetivos de la política comercial de la compañía, y en último término a los objetivos generales de la empresa.

A la hora de determinar la política de precios influye de forma fundamental el objetivo de maximización de los réditos, pero también actúan factores tales como:

- El prestigio.
- La responsabilidad social.
- Imagen de la empresa y del producto.
- Estabilidad de los precios.
- Obtención de un objetivo dado de rentabilidad de la inversión.
- Alcanzar una determinada cuota de mercado etc.

Estrategias de precios para cartera de productos.

Según Kotler (2004, págs. 392-394), en ocasiones, la estrategia para fijar el precio de un producto puede ser diferente si el producto forma parte de un grupo de productos. En ese caso, la empresa debe fijar un conjunto de precios para maximizar los beneficios de toda la cartera de productos.

A continuación, se menciona cuatro estrategias para cartera de productos:

- a) Estrategia de precios para una línea de productos: Normalmente, las empresas no diseñan productos aislados, sino líneas completas de productos. Para la fijación de precios para líneas de productos, la dirección de la empresa debe decidir cuál debe ser la diferencia de precio entre los diferentes escalones de una línea de productos. Por ejemplo, las tiendas de moda masculina pueden tener tres diferentes niveles de precios para sus trajes: 180, 320 y 495 Euros. El cliente probablemente asociará trajes de baja, media y alta calidad a éstos tres niveles de precios respectivamente. La tarea del vendedor consiste en establecer unas diferencias de calidad visibles que respalden los diferentes niveles de precios (Kotler, 2004, págs. 392-394).

- b) Estrategias de precios para productos opcionales o complementarios: Los productos opcionales o complementarios son aquellos que sirven de complemento al producto principal, por ejemplo, el aire acondicionado en el caso de varios modelos de automóviles (Kotler Philip, 2004, págs. 392-394).

- c) Estrategia de precios para productos cautivos: Los productos cautivos son aquellos que son indispensables para el funcionamiento del producto principal, por ejemplo, los cartuchos de tinta que deben ser específicos para cada modelo de impresora. Las empresas que venden los productos principales fijan precios bajos y reservan los amplios márgenes de beneficios para los repuestos o productos adicionales necesarios (Kotler Philip, 2004, págs. 392-394)

- d) Estrategias de precios para paquetes de productos: Los paquetes de productos (packs) son aquellos que incluyen una combinación de productos a un precio menor a la suma individual de cada uno de ellos (Kotler Philip, 2004, págs. 392-394).

2.4.2.4. Fijación de Precios

Según Stiglitz (2003, pág. 579) en su obra titulada “Microeconomía” define como la práctica según la cual se cobra un precio inferior a aquel que se iguala el ingreso marginal y el coste marginal, con el fin de impedir la entrada a los competidores

Estrategias de fijación de precios:

Según Potrillo (2011) en su publicación titulada “Estrategias para la fijación de precios de nuevos productos” expresa que el precio de un producto depende del ciclo de vida por el cual va atravesando el producto es decir su precio varía según se encuentre en la etapa del proceso productivo (introducción crecimiento, madurez o declive). Pero es mucho más complicado cuando el producto que lanza la compañía es innovador es decir algo un producto nuevo, para esto existen dos estrategias las cuales son:

La fijación de precio por descremado, consiste en colocar a un nuevo producto un precio relativamente alto para lograr mayores ingresos, según los segmentos de consumidores que están dispuestos a pagar un precio muy alto, es muy probable que la compañía venda menos pero obtendría un margen mayor de ganancia. Además las compañías que se dirigen a este tipo de estrategia lo hacen utilizando el segmento Premium y es por ello que estas personas están dispuestas a pagar una gran cantidad de dinero por los beneficios que el producto les proporcionara, la descremación de las capas superiores solo tendrá sentido en ciertas condiciones:

1. Cuando la calidad y la imagen del producto sostienen su precio más alto y la cantidad de personas que quieren ese producto a tal precio son suficientes.
2. Si los costos en la producción de un volumen más pequeño no deben ser tan altos que cancelan la ventaja de cobrar más.
3. Los competidores no deben de entrar fácilmente en el mercado para socavar el precio elevado por ello es necesario crearle obstáculo a la competencia para poder mantener los precios ya que mientras exista la competencia los precios disminuirán.

Fijación de precio para penetrar en el mercado, se refiere a que cuando un nuevo producto sale al mercado tiene un precio muy bajo con el objetivo de atraer muchos

clientes y de igual forma ganar mayor participación en el mercado, para ello se requiere algunas condiciones:

1. El mercado debe de ser muy sensible al precio de modo que un precio bajo produzca una mayor crecimiento del mercado. Es decir que atraiga a más personas que compren un producto atraídos por el bajo precio.
2. Los costos en la producción y distribución deben bajar a medida que aumente los volúmenes de ventas.
3. El precio bajo debe ayudar a excluir a los competidores.

Métodos de fijación de precios

Se identifican dos métodos de fijación de precios:

1. Fijación de precios en función del costo.

El método más sencillo para fijar precios es agregar una cantidad estándar al costo del producto. Por ejemplo, un detallista de aparatos eléctricos paga 20 dólares al fabricante por un tostador de pan y lo vende a 30, es decir, con un incremento del 50 por ciento. El margen bruto del detallista es de 10 dólares, y si los costos de operación de la tienda son de 8 dólares por aparato vendido, el margen de ganancia será de 2 dólares.

El incremento varía mucho dependiendo del producto, por ejemplo: en los supermercados es normal que el incremento sobre el precio sea de 9 por ciento en alimentos para bebé; 14 en tabacos; 20 en panaderías; 27 en alimentos desecados y vegetales; 37 en especias y extractos y 50 por ciento en tarjetas de felicitación.

La fijación de precios mediante incrementos sigue siendo popular: Primero, el vendedor tiene más certeza de los costos que de la demanda. Al vincular precios y costos, se simplifica la determinación del precio, y el vendedor no tiene que ajustarlo cuando la

demanda varia. Segundo, cuando todas las compañías de determinado ramo utilizan el mismo método, los precios tienden a ser similares y la competencia en ese sentido se reduce. Tercero, muchos piensan que los precios determinados por el costo más las utilidades son equitativos tanto para el comprador como para el vendedor. El rendimiento de la inversión del vendedor es justo, y no se aprovecha de los compradores cuando se incrementa la demanda.

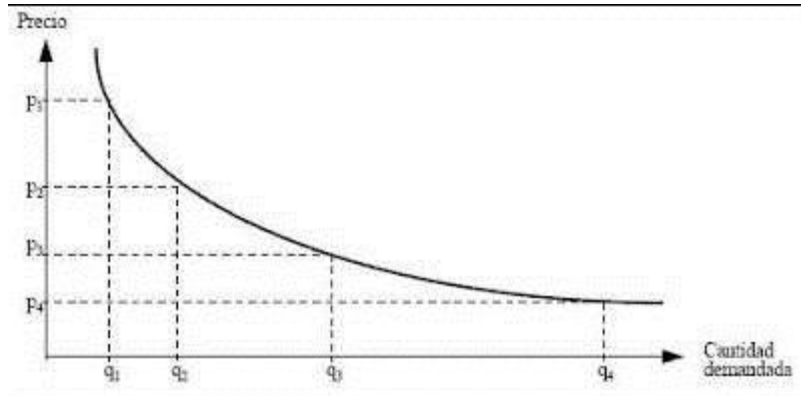
2. Fijación de precios según análisis de punto de equilibrio y utilidades meta.

En este caso, la compañía intenta determinar el precio que le permita estar en el punto de equilibrio u obtener las utilidades que se ha propuesto. Por ejemplo: General Motors utiliza este enfoque, pues fija el precio de sus autos en función de un rendimiento del 15 al 20 por ciento de su inversión. También los servicios públicos lo utilizan, ya que están obligados a obtener un rendimiento justo de su inversión. En este caso se utiliza el concepto de punto de equilibrio, la cual muestra el costo total y los ingresos totales en diferentes volúmenes de ventas.

Cuando el precio se incrementa, la demanda disminuye, y el mercado podría no adquirir el volumen mínimo necesario para llegar al punto de equilibrio con el precio más alto. Mucho depende de la relación entre precio y demanda. Por ejemplo, se supone que la compañía calcula que con sus costos fijos y variables del momento, el precio de 30 dólares por unidad para llegar a las utilidades meta deseadas; pero la investigación de mercado muestra que pocos consumidores pagaran más de 25 por el producto. Entonces la compañía tendrá que recortar sus costos para hacer descender el punto de equilibrio, de tal manera que sea posible fijar el precio que los consumidores esperan. Así pues, aunque la fijación de precios mediante análisis de punto de equilibrio y utilidades meta puede ayudar a que la compañía determine los precios mínimos necesarios para cubrir los costos esperados y las utilidades meta, no toma en consideración la relación entre precio y demanda. Cuando se utiliza este método, la empresa también analiza el impacto

del precio en el volumen de ventas necesario para lograr las utilidades meta y la probabilidad de que el volumen de ventas necesario se alcanzara en cada precio posible.

Figura 11: Fijación de la demanda



Cuando la demanda de un producto es elevada su precio tiende a subir, mientras que en situaciones de recesión tiende a la baja; y todo ello sucede aunque los costes no varíen. En el caso de subir nuestro precio disminuirán nuestras ventas y viceversa.

Como todas las generalizaciones económicas existen múltiples excepciones a estas teorías: productos de lujo que suben sus ventas cuando suben sus precios, ventas estables aunque se suban los precios en situaciones monopolísticas, etc.

Los métodos de fijación de precios basados en la demanda tratan de adaptar los precios a la demanda existente; los más comunes son:

- 1) Discriminación de precios. Consiste en vender un mismo producto a distintos precios, dependientes del lugar, del cliente o de la época del año de que se trate.
- 2) Experimentación. Consiste en probar durante un período de tiempo, varios precios para un mismo producto, con el fin de determinar la repercusión de los mismos en la demanda, y fijar el más conveniente para los objetivos de la empresa.
- 3) Intuición. Consiste en fijar los precios basándose en la presunción de los efectos que los mismos vayan a tener sobre la demanda.

- 4) Fijación de precios en función del comprador. Cada vez es mayor el número de empresas que basan sus precios en el valor percibido del producto. La fijación de precios en función del valor percibido utiliza la opinión del comprador, no los costos del vendedor, como clave para determinar. En la mezcla de mercadotecnia, la empresa se sirve de las variables independientes del precio para construir un valor percibido en la mente del comprador; el precio se determina en función del valor percibido.

Analicemos los precios que cobran varios restaurantes por los mismos artículos. Un consumidor que pide una taza de café y una porción de pastel de manzana puede pagar 1.25 dólares en el mostrador de un máquina expendedora; 2 en un restaurante familiar; 3.50 en la cafetería de un hotel; 5 por servicio en su cuarto de hotel y 7 en un lugar elegante. Cada establecimiento cobra más que el anterior por el valor agregado de su ambiente.

Cualquier compañía que utilice este enfoque debe determinar el valor que los compradores tienen en mente para ofertas diversas. En el último ejemplo, a los consumidores podría preguntárseles cuánto pagarían por el mismo pastel y café en un ambiente diferente. A veces también se les puede preguntar cuánto pagarían por el valor agregado. Si el precio impuesto por el vendedor es superior al precio percibido por el comprador, sus ventas disminuirán. Muchas empresas ponen precios excesivos a sus productos y estos no se venden bien, pero sus ingresos son inferiores a lo que serían lo que incrementarán el precio al nivel del valor percibido.

- 5) Fijación de precios basados en la competencia. Consiste en fijar un precio que guarde una determinada relación con los precios de los competidores. Estos precios en función de nuestra posición en el mercado se fijarán por encima, igual o por debajo de la competencia (Carreto, 2008).

Etapas en la fijación de precios:

Una vez vistas las variables más importantes que intervienen en la fijación de los precios, se identifican las etapas que una empresa debe cubrir para determinar el precio de sus productos:

Primera, seleccionar un segmento del mercado en el que la empresa desea operar:

- Elegir una imagen de la empresa que ésta quiera tener frente al mercado; es decir definir el posicionamiento del producto.
- Establecer una mezcla de variables de comercialización (Marketing Mix) donde se incluyan todas las que son controlables por la empresa y que afectan al precio (publicidad, promoción, envase, distribución, etc.)
- Seleccionar una estrategia de precios con base a lo anterior. Como hemos señalado anteriormente, el precio es un elemento en el que confluyen diferentes aspectos determinantes para la empresa. La imagen, el posicionamiento, la reputación, las alianzas estratégicas de la empresa, etc. son criterios que hay que observar además de la mera obtención de ingresos.
- Determinar una política de precios

Segunda, fijar un precio determinado que cumpla lo anterior y nos permita obtener el mayor margen posible dentro de todo lo anterior (Pérez, 2006, pág. 21).

2.5 HIPÓTESIS

Los costos de producción, se relaciona con la fijación de precios de venta en la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”.

2.5.1 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES DE LA HIPÓTESIS

- Variable Independiente: Costos de Producción
- Variable Dependiente: Fijación de Precio de Venta
- Unidad de Observación: Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”.

- Término de la Relación: Relaciona

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Modalidad Básica de la Investigación.

El trabajo de investigación se basó en la investigación de campo y la investigación documental. El estudio se realizó en la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”.

3.1.1 Investigación de campo.

El trabajo de campo se realizó de acuerdo a la metodología propuesta por Bernal (2010, pág. 111) en su libro titulado “Metodología de la Investigación” indica que: “Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones”.

3.2 Investigación bibliográfica-documental.

Según Bernal (2010, pág. 111) , la investigación de documental consiste en la revisión de información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio. Esta información se obtiene de bases de datos de revistas científicas, libros electrónicos, entre otros. En las investigaciones también se denomina estado del arte”, las cuales se caracterizan por abordar problemas de carácter teórico y empírico y que son relevantes en el tema objeto de estudio. Considerando esta definición se desarrolló la recolección de información bibliográfica

3.3 Nivel o tipo de investigación.

Para efectuar el trabajo de investigación se utilizó los siguientes tipos de investigación:

3.3.1 Investigación Exploratoria:

Según Hernández (2012, pág. 6) en su libro titulado “Metodología de la Investigación” indica que la Investigación Exploratoria es el primer acercamiento científico a un problema, se recomienda su aplicación cuando un problema no ha sido abordado suficientemente estudiado y las condiciones existentes no son aún determinantes.

3.3.2 Investigación descriptiva

Según Hernández (2012, pág.6), en su libro titulado “Metodología de la Investigación” menciona que: “la Investigación descriptiva se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad.”, en este caso el costo de producción de cuyes de la Asociación la Delicia.

3.3.3 Investigación de Asociación de Variables

Según **Herrera E, Luis y otros (2004:106)** “Permite predicciones estructuradas, valor explicativo parcial, análisis de correlación (sistema de variaciones), medición de relaciones entre variables en los mismos sujetos de un contexto determinado”

La investigación de Asociación de Variables tiene como propósito establecer conexión entre los variables costos de producción y fijación de precios.

3.4 Población y Muestra

3.4.1 Población

Según Wigodski (2010) en su publicación titulada “Población y Muestra” indica que: “Población es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado”.

Tabla 2: Integrantes de la asociación la Delicia

INTEGRANTES DE LA ASOCIACIÓN LA DELICIA.	
Altamirano Nelly	1
Altamirano Marfa	1
Aisabucha Marfa	1
Caiza Rosana	1
Escobar Rosa	1
Guaitara Germán	1
Guerrero Noé	1
Guerrero Eva	1
Jinde Elvia	1
Miranda Olga	1
Miranda Enma	1
Paredes Hernán	1
Santiana Pamela	1
Villacrés Alba	1
Yanzapanta Maruja	1
Yanzapanta Narcisa	1
Yanzapanta Blanca	1
Total	18

Fuente: Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”

Elaborado por: Rosa Andagana

Bajo esta premisa se seleccionaron a los 18 socios de la Asociación La Delicia que se encuentra ubicada en la Parroquia Santa Rosa del Municipio de Ambato, a 13 Km de la Ciudad de Ambato.

3.4.2 Muestra

Según (Wigodski, 2010) en su publicación titulada “Población y Muestra “menciona que: “Hay diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población”.

Para la presente investigación se trabajó con toda la población, debido a que el número de socios es pequeño.

3.5 Operacionalización de las variables

Según Pinto (2011) en su obra sobre “Concepto de Operacionalización de las Variables” dice que:

Definir y operacionalizar las variables es una de las tareas más difíciles del proceso de investigación, es un momento de gran importancia pues tendrá repercusiones en todos

los momentos siguientes, es hacerlas tangibles, operativas, medible o por lo menos registrable en la realidad.

La operacionalización es el proceso de llevar una variable desde un nivel abstracto a un plano más concreto, su función básica es precisar al máximo el significado que se le otorga a una variable en un determinado estudio, también debemos entender el proceso como una forma de explicar cómo se miden las variables que se han seleccionado.

De acuerdo a lo citado anteriormente se definieron las variables que se muestran en la Tabla 3 y 4.

3.5.1 Variable Independiente: Costos en la Producción

Tabla 3: Operacionalización de la variable independiente (costos en la producción)

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ÍTEMS BASICOS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
--------------------------	-------------------	--------------------	--------------------------	------------------------------------

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ÍTEMES BASICOS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Los costos de producción a través de un Sistema de Costeo abarca procedimientos, técnicas, registros e informes estructurados, los mismos que son la base de la teoría de la partida doble y otros principios técnicos, además sirven para controlar todos los elementos del costo.</p>	<p>Control de los Elementos del Costo</p>	<p>Desperdicio Materia Prima Utilizada=$D.M.P/T.M.P$ =$M.U/T.M.P$=% Eficiencias de Mano de Obra=$Tp=CIF/Base$ de asignación =$500/250$=2 CIF Costos Fijos Costos Variables</p>	<p>¿Los costos de producción actuales han permitido asignar el precio de ventas de forma adecuada? ¿Lleva usted un control oportuno de su Inventario? ¿Al momento de comprar materia prima directa usted efectúa un análisis de precios? ¿Las materias primas existentes abastecen los requerimientos de producción de los clientes? ¿Para la</p>	<p>Encuesta al personal administrativo , producción y ventas de la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia” (Ver Anexo 2)</p>

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ÍTEMES BASICOS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
			<p>producción y ventas de cuyes cómo se determinan los tiempos, las actividades y la utilización de los recursos?</p> <p>¿Cómo se han establecido las funciones de los empleados y socios de la asociación?</p> <p>¿Lleva un registro de asistencia especialmente de las personas encargadas de cada jaula?</p> <p>¿Conoce usted los costos de fabricación que intervienen en el proceso productivo?</p>	

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ÍTEMS BASICOS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
			¿Conoce usted el costo de producción por cada jaula de cuyes?	

3.5.2 Variable Dependiente: Fijación Precio de Venta

Tabla 4: Operacionalización de la variable dependiente

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ÍTEMS BASICOS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
La fijación de precios basada en los costos es la base del modelo de precios de costo incrementado. El precio es la suma de los costos de la empresa, más		MUB=U.B/Ventas Costo Total	<ul style="list-style-type: none"> ¿Se ha fijado un precio de venta que al menos cubra los costos de 	

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ÍTEMS BASICOS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p>un porcentaje del costo o un margen fijo. La cantidad añadida representa la ganancia o ingresos para la empresa. Todo esto se denomina fijación de precios basada en los costos y se determinan estrategias de precios para obtener un margen de utilidad razonable.</p>	<p>Fijación de precios basada en los costes</p> <p>Estrategias de Precios</p>	<p>$V.R=P.V-C.$ de ventas transporte comisión</p> <p>Estrategias diferenciales</p> <p>Estrategias Competitivas</p>	<p>producción?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuándo la producción y venta de su producto le cuesta más que a la competencia, qué medidas se ha tomado? Subir el precio, Disminuir el porcentaje de utilidad • ¿Se adiciona el margen de utilidad al producto final listo para la venta? • ¿Qué tipos de precios de venta se determinan en la Asociación? Al por mayor, Al por menor, De mercado, De oferta, De origen • ¿Conoce 	<p>Encuesta al personal administrativo , producción y ventas de la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia” (Ver Anexo 2)</p>

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ÍTEMS BASICOS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
		<p>Estrategias de precios psicológicos</p> <p>Estrategias de precios para productos nuevos</p>	<p>usted que cantidad exacta de cuyes debe producir para no tener pérdidas ni ganancias excesivas?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿La Asociación fija precios que cubran los costos de producción como los de distribución? • ¿El precio de venta actual ha proporcionado rendimientos de inversión de acuerdo a los esfuerzos y los riesgos que corrieron en la producción de cuyes? • ¿En base a que estrategias se han determinado los precios que contribuya a 	

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ÍTEMS BASICOS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
			<p>obtener rentabilidad a largo plazo de los productos ofertados? A la Competencia, A los costos, A los atributos del producto</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Los precios se han asignado para generar márgenes de rentabilidad a largo plazo? • ¿En función de que factores se determinar los precios en la Asociación? Ofertas, rebajas, promociones, descuentos, precios de acuerdo al mercado, precios de profesionales 	

Elaborado por: Rosa Andagana

3.6 Plan de Recolección de Información

Según Herrera, Medina, y Naranjo (2008, pág. 174) en su publicación titulada “Tutoría de la investigación científica” menciona que: “Metodológicamente para la construcción de la información se opera en dos fases: plan para la recolección de información y plan para el procesamiento de información”.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente la investigación se basó en el análisis de los costos en la producción y la fijación de precios en la crianza de cuyes de la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, con el fin de determinar su precio de ventas y costos de producción, durante el primer semestre del año 2014.

Tabla 4: Procedimientos para plan de recolección de información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Para qué?	Alcanzar los objetivos propuestos
¿De qué objetivo?	Objetivos principal
¿Quién?	Investigadora Rosa Andagana
¿Cuándo?	Este problema será estudiado durante el año 2014
¿Dónde?	Instalaciones de la Asociación La Delicia
¿Cuántas veces?	Por una sola vez
¿Qué técnicas de recolección?	Encuestas
¿Con que instrumentos?	Cuestionario Estructurado
¿En qué situación?	Diseño de un Sistema de Costos
¿Sobre qué aspectos?	Costos de Producción, Fijación de Precios de ventas

Elaborado por: Rosa Andagana

3.7 Plan de Procesamiento y Análisis

3.7.1 Procesamiento de información

Para Bernal (2010, págs. 181-183) en el libro “Metodología de la Investigación” menciona que: este proceso de investigación consiste en procesar los datos (dispersos, desordenados, individuales) obtenidos de la población objeto del estudio durante el trabajo de campo, y tiene como finalidad generar resultados a partir de los cuales se realizará un análisis según los objetivos y la hipótesis o preguntas de la investigación.

Una vez aplicados los instrumentos de recolección de la información, se procedió a elaboración de una base datos y la tabulación de los mismos los cuales se representan gráficamente en términos de porcentajes a fin de facilitar la interpretación, utilizando el programa Excel.

3.7.2 Análisis e interpretación de resultados

Se procedió a la interpretación de los resultados de la siguiente manera:

- ✓ Se analizó los resultados obtenidos y verificó si se relaciona con la hipótesis planteada así como también con los objetivos de la investigación.
- ✓ Se interpretó los resultados con el apoyo del marco teórico para conocer la realidad del problema en estudio.
- ✓ Se realizó la correlación entre las variables en base a los resultados obtenidos.
- ✓ Se procedió a la comprobar la hipótesis.
- ✓ Se establecieron recomendaciones y conclusiones finales.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

A continuación se presenta los resultados obtenidos de la investigación de campo relacionada con los costos en la producción y la fijación de los precios de venta; conforme a las encuestas realizadas directamente al personal involucrado, quienes conforman la población objeto de estudio.

Análisis de la encuesta realizada al Personal Administrativo y Ventas de la Asociación de Desarrollo y productivo “La Delicia”.

1.- ¿Considera usted que es necesario calcular los costos en la producción para valorar la rentabilidad de crianza de cuyes?

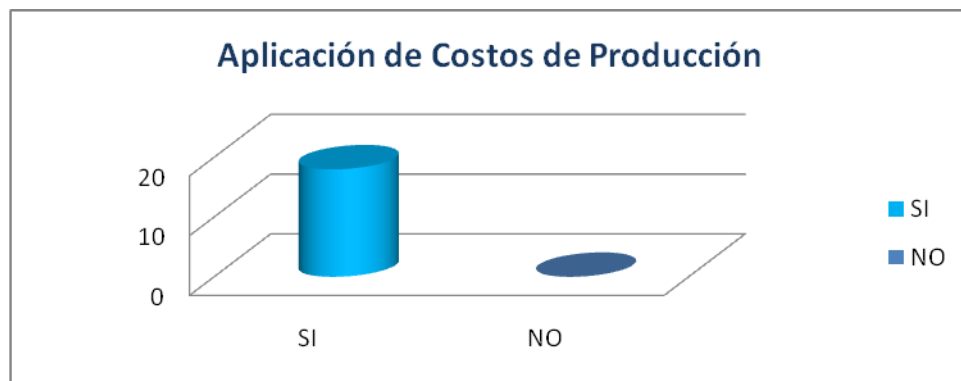
Tabla 5: Aplicación de costos de producción

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	100%
NO	0	0%
TOTAL	18	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

Figura 12: Aplicación Sistema de Costos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

Del 100% de los encuestados responden que es necesaria la aplicación adecuada de Costos en la producción, para mejorar el control de los procesos productivos.

Para el resto de asociaciones como para la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, entre sus principales objetivos están el crecimiento, la supervivencia y la obtención de utilidades; y para el alcance de los mismos deben realizar una distribución adecuada de sus recursos, basándose de necesaria información de costos, que a su vez le permita la adopción de decisiones para una correcta planeación y control. En este caso si es necesario que se dé a conocer sus ventajas y desventajas de aplicar adecuados costos de producción, que le ayude en su normal funcionamiento de las actividades.

2.- ¿Los registros contables son cotejados con los egresos de bodega?

En el Gráfico 8 se muestra que del 100% de los encuestados, el 83% respondieron negativamente, mientras que un 17% respondieron que de forma afirmativa. En la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, se observa que los registros contables actuales no son cotejados con los egresos de bodega, debido a su débil capacitación en procesos contables.

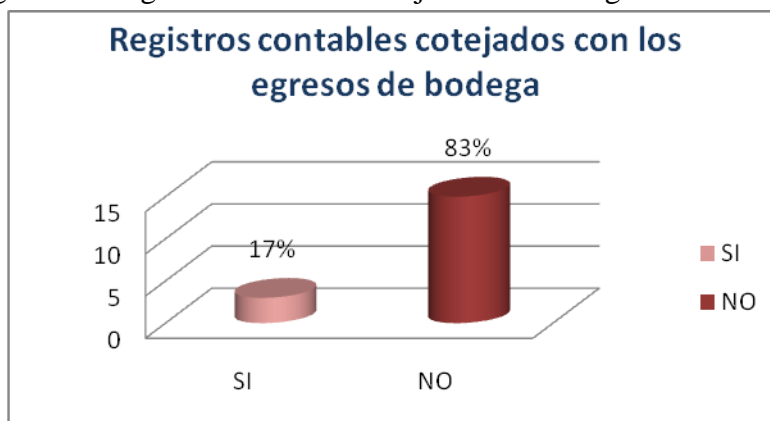
Tabla 6: Registros contables cotejados con los egresos de bodega

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	100%
NO	15	0%
TOTAL	18	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

Figura 13: Registros contables cotejados con los egresos de bodega



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

3.- ¿Han contemplado efectuar estándares para el tiempo y actividades empleadas en la crianza de cuy?

En la Tabla 9 se muestran los miembros de la Asociación la Delicia que mencionaron haber realizado los estándares para el tiempo y las actividades empleadas en la crianza del cuy. Del 100% de los encuestados, el 89% respondieron que no se han efectuado estándares para el tiempo y movimiento empleado en la crianza de cuy, mientras que un 11% respondió que sí. Ello se debe a no llevan registros contables.

Tabla 7: Estándares para el tiempo y actividades empleadas en la crianza del cuy

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	11%
NO	16	89%
TOTAL	18	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

Figura 14: Estándares para el tiempo y movimiento empleado en la crianza de cuy



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

4.- ¿Se realizan registros de la utilización de materiales e insumos?

Del 100% de los encuestados, el 83% respondieron que no se realizan registro de la utilización de materiales e insumos, mientras que el 17%, indicó que si se realizan. En la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, se observa que no se realizan registros adecuados de utilización de materiales indirectos, en este caso del balanceado y forraje, debido a que no cuentan con equipos de pesar así a la falta de mano de obra calificada y al tiempo que demanda (Ver Tabla 10).

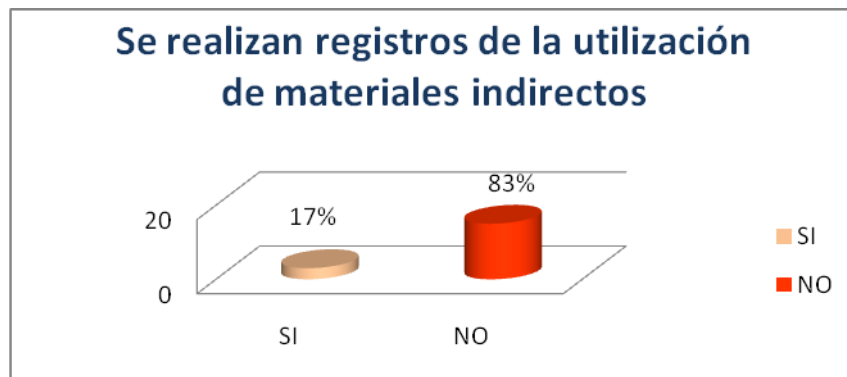
Tabla 8: Registran el uso de materiales e insumos

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	17%
NO	15	83%
TOTAL	18	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

Figura 15: Se realizan registros del uso de materiales e insumos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

5.- ¿Lleva usted un control adecuado de las existencias de los insumos y desinfectantes?

Del 100% de los encuestados, el 61% respondieron que no se realiza un control adecuado de las existencias de los insumos y desinfectantes, y el 39% indicó que sí se ha realizado.

En la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, se observó que no existe un control adecuado de existencias de los insumos y desinfectantes, que utilizan en la crianza de cuyes debido a la limitada capacitación del personal y ausencia de muebles adecuados para el caso.

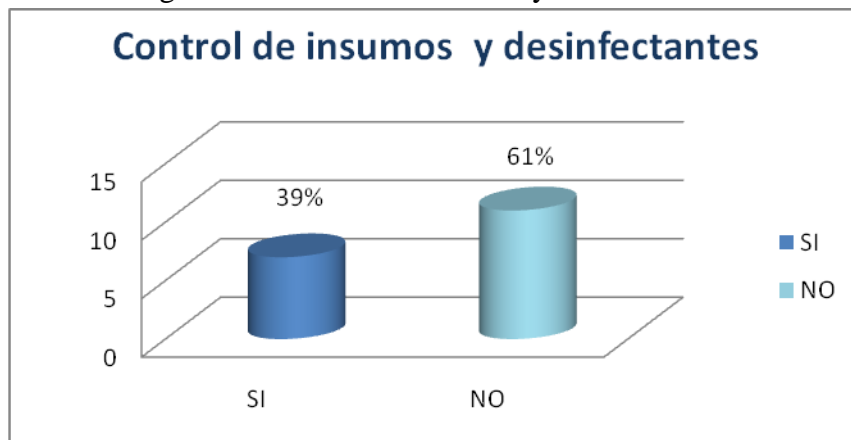
Tabla 9: Control de insumos y desinfectantes

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	6%
NO	17	94%
TOTAL	18	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

Figura 16: Control de insumos y desinfectantes



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

6.- ¿La producción de cuyes se vende a precios fijados por el mercado?

Del 100% de los encuestados, el 89% respondieron que en efecto, la producción de cuyes se vende a precios fijados por el mercado, mientras que el 11% indicó que no. Se observa que en la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, la producción de cuyes sí se vende a precios fijados por el mercado, sin embargo no ha generado utilidades apropiadas en la entidad, debido a que no se asignan costos en la producción oportunos.

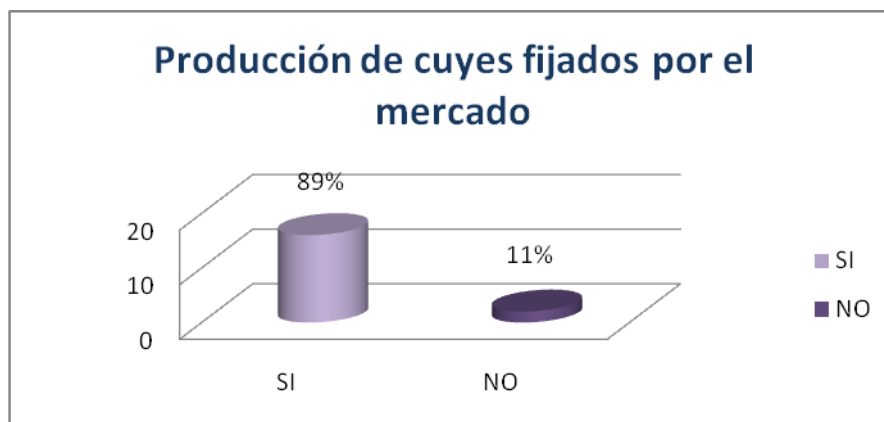
Tabla 10: Precio de la producción de cuyes fijados por el mercado

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	16	89%
NO	2	11%
TOTAL	18	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

Figura 17: Precio de la producción de cuyes fijados por el mercado



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

7.- ¿Los precios del cuy en pie varían con frecuencia?

Del 100% de los encuestados, el 50% respondieron que en efecto, los precios del cuy siempre varían con frecuencia, el 33% afirma que en ocasiones, y finalmente el 17% indican que casi nunca (Ver Tabla 13). En la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, se observa que los precios del cuy, siempre varían, debido a la oferta y la demanda. Los meses de precios altos se registran en febrero y marzo y entre noviembre a diciembre, estos meses se comercializa hasta a 12 USD/animal de 1200 g. Los altos precios se deben a fiestas tradicionales que se desarrollan en estos meses donde el cuy constituye un plato tipo, sin embargo en estos meses la producción disminuye debido a los escasos de pastos y presencia de enfermedades.

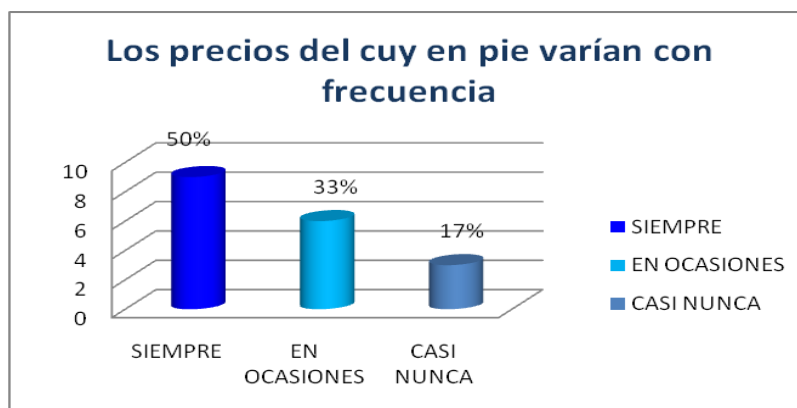
Tabla 11: Los precios del cuy en pie varían con frecuencia

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	9	50%
EN OCASIONES	6	33%
CASI NUNCA	3	17%
TOTAL	18	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

Figura 18: Los precios del cuy en pie varían con frecuencia



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

8.- ¿Cree usted que la calidad del cuy influye en los resultados económicos de la Asociación de Desarrollo Productivo "La Delicia"?

En la Tabla 14 se muestra que del 100% de los encuestados, el 89% respondieron que en efecto la calidad del cuy influye en los resultados económicos, de la Asociación “La Delicia”, mientras que el 11% afirma que no. La calidad del cuy influye negativamente en los resultados económicos debidos que los cuyes con bajo peso o con presencia de enfermedades son castigados con el precio en el mercado, de otra parte también los cuyes no alimentados adecuadamente tardan más tiempo en ganar el peso lo cual repercute en los costos de producción.

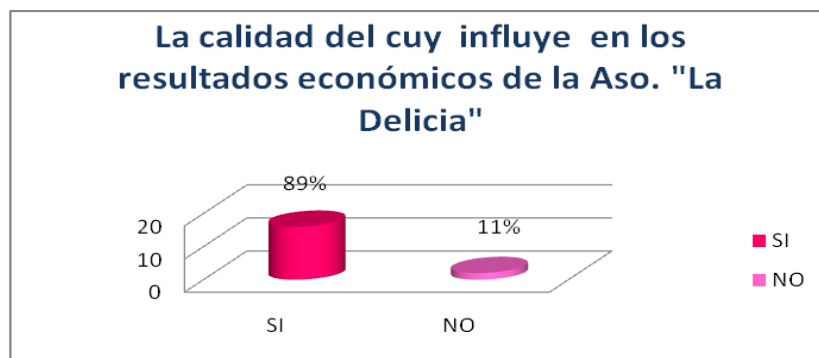
Tabla 12: Calidad de cuy e influencia en los resultados económicos de la Aso. La Delicia

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	16	89%
NO	2	11%
TOTAL	18	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

Figura 19: La calidad del cuy influye en los resultados económicos de la Aso. "La Delicia"



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Rosa Andagana

9.- ¿Lleva usted un control del consumo de forraje y balanceados por cada lote y camada de cuyes?

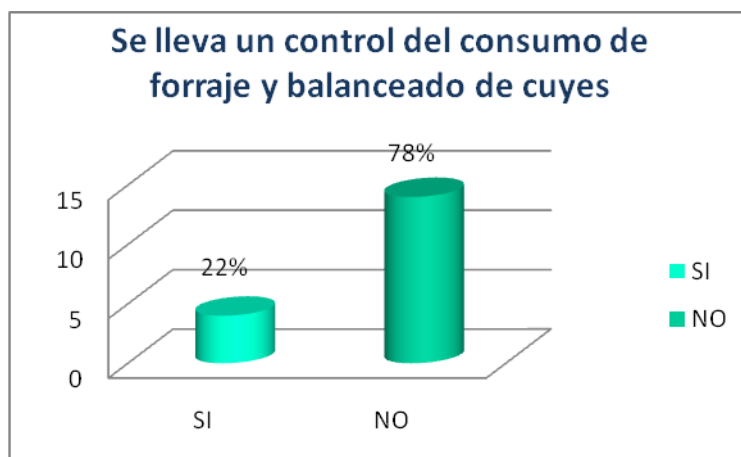
De la población encuestada, el 78% respondieron que no llevan un control del consumo de forraje y balaceado de cuyes, de la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, mientras que el 22% afirma que sí. En las observaciones realizadas se constató que únicamente llevan un registro empírico de los alimentos que suministran a los cuyes de manera global en todos los galpones. Ello se explica por cuanto los campesinos están más acostumbrados al manejo oral de la información.

Tabla 13: Control de consumo de forraje y balanceado en cuyes

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	14	78%
NO	4	22%
TOTAL	18	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Rosa Andagana

Figura 20: Llevan control de consumo de forraje y balanceado en cuyes



Fuente: Encuesta
 Elaborado por: Rosa Andagana

10.- ¿Se llevó un control de la mortalidad de los cuyes?

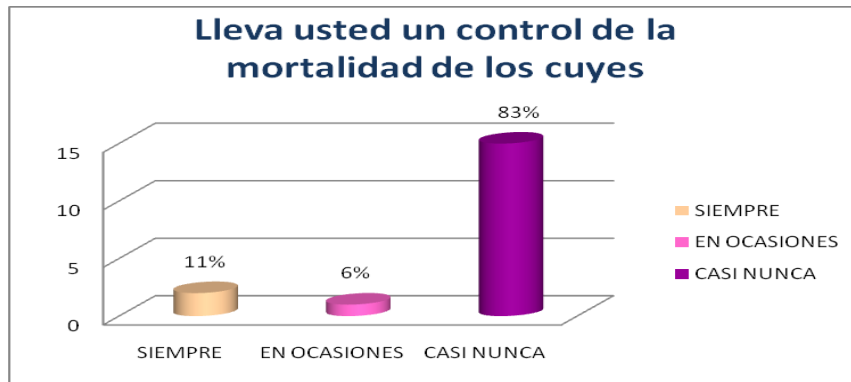
Del 100% de los encuestados, el 83% respondieron que casi nunca se lleva un control adecuado de mortalidad de cuyes, en la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, mientras que el 11% afirma que siempre y el 6% indica que en ocasiones (Ver Tabla 16). Si bien los socios no llevan un registro escrito sobre la mortalidad de los cuyes sin embargo se constató que si llevan un registro mental de la mortalidad de los cuyes, lo cual les permite tomar decisiones a tiempo para aplicar medicamentos, desinfectar galpones y diagnosticar enfermedades, entre otros.

Tabla 14: Control de mortalidad de los cuyes

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	2	83%
EN OCASIONES	1	11%
CASI NUNCA	15	6%
TOTAL	18	100%

Fuente: Encuesta

Figura 21: Lleva usted un control de la mortalidad de los cuyes



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

11.- ¿Conoce usted que los costos en la producción actuales se relacionan con los niveles de producción?

Del 100% de los encuestados, el 78% respondieron que los costos de producción actuales si varían con los niveles de producción, de la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, mientras que el 17% afirma que en ocasiones los costos varían y el 5% indica que casi nunca. Los costos en la producción dependen de la cantidad de cuyes producidos, en este caso

Se observa que en la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, los costos en la producción siempre varían con los niveles de producción o ventas, debido a que asignan los costos de forma empírica, por consiguiente el precio de ventas no es representativo.

Tabla 15: Costos en la producción actuales según niveles de producción

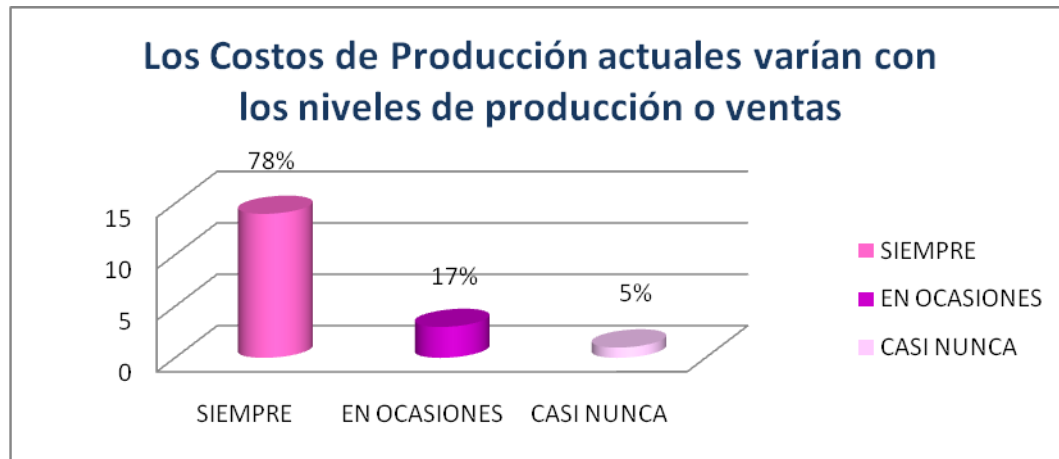
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	14	78%
EN OCASIONES	3	17%

CASI NUNCA	1	5%
TOTAL	18	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

Figura 22. Los Costos en la Producción actuales varían con los niveles de producción o ventas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

12.- ¿Considera usted que es necesario la aplicación de un método adecuado de costos en la producción que permita fijar de forma oportuna el precio de ventas?

Tabla 17: Aplicación de un método adecuado de costos de producción

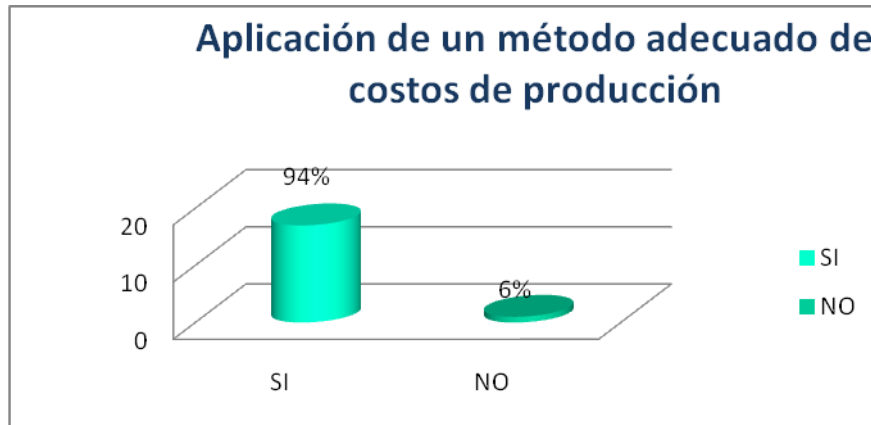
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE

SI	16	94%
NO	1	6%
TOTAL	18	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

Figura 23: Aplicación de un método adecuado de costos en la producción



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Rosa Andagana

Del 100% de los encuestados, el 94% de personas afirmaron que si es necesario la aplicación de un método adecuado de costos en la producción, mientras que el 6% opina lo contrario.

Se observa que en la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, es necesario aplicar un método adecuado de costos en la producción.

4.2. VERIFICACION DE HIPOTESIS

Para la verificación de la hipótesis se ha establecido el método “T Student”, misma que se manejarán como un estadígrafo de distribución libre que permite establecer la correspondiente de valores de frecuencias de valores observados y esperados, permitiendo la comparación global del grupo de frecuencias a partir de la hipótesis que se requiere verificar.

Una vez establecido el problema e identificado las variables que componen la hipótesis planteada, materia de la presente investigación, se procederá a verificarla con la utilización de una herramienta estadística para probar la hipótesis.

La hipótesis a verificar es la siguiente:

“Los inadecuados procedimientos de asignación de costos en la producción, son lo que ocasionan la fijación de precios de venta erróneos, en la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”.

Las variables que intervienen en la hipótesis son:

- Variable independiente: Costos de Producción
- Variable dependiente : Fijación de precios de venta

4.2.1 Simbología

Ho= Hipótesis Nula

Ha= Hipótesis alternativa o de investigación.-

CP= Costos de Producción

FPV= Fijación de precios de venta

p= Nivel de Confianza

α = Margen de Error

4.2.2 Modelo Lógico

Hipótesis alterna Ha

Ha: Los inadecuados procedimientos de asignación de costos, SI ocasionan la fijación de precios de venta erróneos, en la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia.

Hipótesis Nula Ho

Ho: Los inadecuados procedimientos de asignación de costos, NO ocasionan la fijación de precios de venta erróneos, en la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia.

4.2.3 Modelo Matemático

Ha= CP = FPV

Ho= CP \neq FPV

4.2.4 Determinación del Nivel de Significancia

En el presente trabajo de investigación, se está trabajando a dos colas con un nivel de confianza del 95% es decir 1,740 de la tabla “T”, y dividido a 0,87 a cada lado dentro de la curva normal con un error del 5% que equivale a 0,05: razón por la cual se divide el margen de error en 2.5 de la curva a cada lado, lo que corresponde como sector crítico 0,025 a cada lado.

4.2.5 Nivel de Significancia

$$\alpha / 2 = 0,05/2 = 0,025$$

4.2.6 Grados de Libertad

Para determinar los grados de libertad se utiliza la siguiente fórmula:

$$gl = N - 1$$

Donde:

N: Es la población de Estudio = 18

Entonces

$$gl = N - 1$$

$$gl = 18 - 1$$

$$gl = 17$$

Por lo expuesto en ("T" Student), obtenido en igual a la suma del nivel de significancia y los grados de libertad.

4.2.7 Nivel de significancia y Grados de Libertad

$$\alpha / 2 = 0,025 \text{ y}$$

$$gl = 17$$

"T" tabulado = 1,740 (dentro de la curva normal)

4.2.8 Preguntas seleccionadas para la verificación de la hipótesis

Pregunta 12: Costos en la Producción (Encuesta)

¿Considera usted que es necesario la aplicación de un método adecuado de costos en la producción que permita fijar de forma oportuna el precio de ventas?

Pregunta 6: Fijación de precios de venta (Encuesta)

¿La producción de cuyes se vende a precios fijados por el mercado?

4.2.9 Fórmulas

Para la comprobación de la hipótesis se realiza los cálculos respectivos de la fórmula, que nos permita la aceptación o rechazo de la hipótesis.

4.2.10 Media Aritmética

$$\bar{x} = \frac{\sum fo}{n^{\circ} \text{ preguntas}}$$

$$\bar{x} = \frac{36}{2}$$

$$\bar{x} = 18$$

4.2.11 Desviación típica de la muestra

$$S = \bar{x} * \sqrt{\frac{n}{n-1}}$$

$$S = 18 * \sqrt{\frac{18}{18-1}}$$

$$S = 18 * \sqrt{\frac{18}{17}}$$

$$S = 18 * 1,06$$

$$S = 18 * 1,03$$

$$S = 18,52$$

4.2.12. “T” de Student

$$t = \frac{(\bar{x} - u)}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

$$t = \frac{18 - 17}{\frac{18,52}{\sqrt{18}}}$$

$$t = \frac{1}{\frac{18,52}{4,24}}$$

$$t = \frac{1}{4,37}$$

4.2.13. Cálculo Estadístico

Después de haber realizado los cálculos para el reemplazo en la fórmula se procede a obtener la (“T” student), calculada, para el efecto se aplicó la siguiente fórmula estadística.

4.2.14. Fórmula “T” Student

$$t = \frac{(\bar{x} - u)}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

4.2.15. Condición

“t” de student calculado < “t” de student tabulado

0,23 < 1,740 (dentro de la curva normal)

Si es < “t” de Student α , se rechaza la Hipótesis nula

Si “t” de Student calculado es < “t” de Student tabulado, Se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la Hipótesis alternativa (Ha) con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, el 2,5% a cada lado de la curva normal.

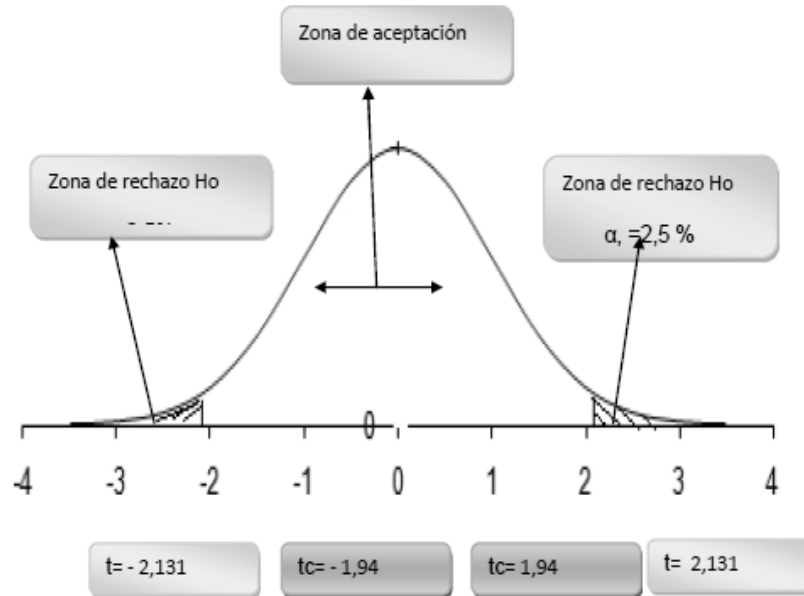


Figura 24: Determinación “t” Student
Fuente: Encuesta (2015).

Elaborado por: Rosa Andagana

Tabla 16: Datos de lista de chequeo

# de pregunta	Preguntas de las Variables	Categorías	Frecuencias
12	VI ¿Considera usted que es necesario la aplicación de un método adecuado de costos en la producción que permita fijar de forma oportuna el precio de ventas?	Si	16
		No	2
		Total	18
6	VD ¿La producción de cuyes se vende a	Si	17
		No	1

	precios fijados por el mercado?	Total	18
--	---------------------------------	--------------	-----------

Fuente: Lista de Verificación o Check List

Elaborado por: Rosa Andagana

4.2.16. Conclusión

Una vez realizado el cálculo “t” de student podemos observar que:

$0,23 < 1,740$, así pues se acepta la hipótesis alternativa (H_a) y se rechaza la hipótesis nula (H_0), es decir el criterio de las personas encuestadas de la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”, quienes afirman que la hipótesis planteada en la presente investigación en la que se indica:

“Los inadecuados procedimientos de asignación de costos de producción, son lo que ocasionan la fijación de precios de venta erróneos, en la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia”. Para la comprobación de hipótesis se aplicó un método estadístico y analítico, por lo que queda comprobado que: Los costos en la producción identificados inadecuadamente si ocasionan la fijación de precios erróneos en la Asociación de Desarrollo Productivo “La Delicia” y es esencial desarrollar la presente investigación.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Luego de haber realizado el respectivo análisis de investigación se ha llegado a establecer las siguientes conclusiones:

- La producción de cuyes es una buena alternativa productiva accesible para los pequeños productores, sin embargo no se satisface la demanda existente.
- Hace falta mejorar los registros y control de sus materias primas, insumos, control contable, ya que actualmente se maneja de manera empírica
- No existe una adecuada determinación de precios en base de costos en la producción adecuados de manera que se asegure un buen ingreso para los productores de la Asociación
- Los grandes comerciantes de cuyes, cubren gran parte del mercado local, y los pequeños productores son poco competitivos en el mercado.
- Las socias de la Asociación tienen un buen conocimiento sobre el manejo del cuy y de su proceso productivo

5.2 RECOMENDACIONES

- Establecer el precio de venta adecuado en función del conocimiento de los costos incurridos en el proceso productivo del cuy
- Mejorar el registro y control de materiales e insumos que se utiliza y a su vez el consumo de los mismos en las diferentes etapas del proceso de producción y la crianza de cuy.
- Definir los roles, funciones y tiempo del personal administrativo y operativo dedicado a la producción de cuyes, así como el pago conforme al presupuesto previsto
- Incrementar la producción de cuyes, mejorando su calidad para atender la demanda existente, de manera que asegure mejores ingresos para los miembros de la Asociación

VI. PROPUESTA

6. 1 DATOS INFORMATIVOS

Título de la propuesta

Determinación de costos en la producción y su relación con la fijación de precios de venta en la producción de cuyes de la Asociación “La Delicia”.

Institución ejecutora

Asociación La Delicia

Beneficiarios

Socias de la Asociación La Delicia

Ubicación

La Asociación la Delicia se encuentra ubicado en la Provincia Tungurahua, Cantón Ambato, Parroquia Santa Rosa, comunidad el Quinche, a 2500 msnm.

Tiempo estimado de la propuesta

Se estima que la puesta en marcha de la presente propuesta durará 6 meses, al final del cual se tendrán los resultados obtenidos esperados.

Equipo técnico responsable

El equipo estará conformado por: el gerente y contador

Costo de inversión

La implementación de la propuesta se estima que tendrá un costo de 1250 USD

6.2 ANTECEDENTES

La Asociación La Delicia fue constituida legalmente en el año 2007 y desde entonces viene funcionando como una organización dedicada a la producción y comercialización de cuyes. Durante este tiempo uno de los principales problemas identificados es la ausencia de registros contables desde la creación de la organización, debido a la falta de experiencia del personal administrativo así como carencia de una metodología para organizar información sobre costos de producción, inventarios, entre otros. Por otro lado debido a que no se cuentan con información sobre costos de producción, los precios de comercialización no responden a la realidad, lo que ocasiona pérdidas económicas en los miembros de la asociación y una débil articulación a mercados locales y regionales.

En este contexto la presente propuesta tiene como objetivo mejorar la eficiencia administrativa de la Asociación la Delicia a través del establecimiento de herramientas informáticas y contables de captura y organización de información, ello permitirá la fijación adecuada de precios para la venta, garantizando la rentabilidad de producción de cuyes.

6.3 JUSTIFICACION

La implementación de la presente propuesta contribuirá a mejorar la aplicación de los costos en la producción y por lo tanto a fijar el costo real del producto (cuyes) y fijar porcentajes de rentabilidad adecuados que permitan la reproducción del sistema de producción de cuyes y mejorar la situación actual de la Aso. La Delicia. De otra parte el desarrollo de esta metodología también permitirá hacer uso eficiente de los recursos y participar en el mercado con precios competitivos favoreciendo y motivando a los socios para continuar participando de las actividades productivas y de la venta de los productos en base a una información clara tanto de precios, de costos y uso de materiales, mano de obra.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1 Objetivo General

Establecer una adecuada determinación y asignación de costos en la producción y su relación con la fijación de precios de venta en la producción de cuyes de la Asociación La Delicia

6.4.2 Objetivos Específicos

- Realizar el diagnóstico sobre información y proceso de producción de cuyes en la Asociación la Delicia
- Establecer los parámetros y las bases de asignación de costos en la producción
- Desarrollar una propuesta metodológica y determinar los costos de producción y precios de venta

6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Factibilidad política

La Asociación La Delicia es una organización legalmente constituida y registrada en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, se encuentra cumpliendo con las obligaciones tributarias del SRI y otros requisitos establecidos por los organismos estatales que controlan y supervisan las actividades y funcionamiento de la asociación, y le faculta la capacidad, para la firma de convenios, acuerdos, presentación de proyectos, oferta y comercialización de los productos.

Factibilidad Socio cultural

La Asociación La Delicia promueve la realización de actividades productivas corporativas, favoreciendo una alternativa de empleo y fuente de ingresos económicos para el bienestar de las familias, además constituye ejemplo de espíritu emprendedor, unión y trabajo en equipo en la comunidad. Contribuye a evitar la migración e integración de las familias fortaleciendo la identidad familiar, y cultural con el aporte a platos tradicionales.

Factibilidad económica

La implementación de la presente propuesta demanda mínimos recursos económicos para la adquisición de equipos de cómputo, Software y materiales de oficina, que pueden ser proporcionados por las socias, así como también cuentan con espacios adecuados para la ubicación de una oficina administrativa, por lo que desde el punto de vista económico es factible esta propuesta.

Factibilidad ambiental

Las actividades productivas, que realiza la Asociación la Delicia y la implementación de la metodología de asignación de costos en la producción con la crianza de cuyes no representan problemas de contaminación del ambiente.

6.6. FUNDAMENTACION CIENTIFICA

El ambiente para las empresas sufre cambios significativos de manera paulatina y permanente, llevando a estas organizaciones a adoptar estrategias y acciones para adaptarse a tales cambios. Entre las preocupaciones que se debe atender es en lo relacionado a la producción de bienes y servicios, y especialmente en la determinación de los costos que conlleva dichos procesos productivos.

Es una gran contribución la contabilidad de costos y la utilización de los costos de producción como herramientas para la toma de decisiones adecuadas encaminadas a la determinación y mejora de los niveles de eficiencia en los procesos de producción y sobre todo para que los empresarios o microempresarios puedan conocer el costo de producción de un determinado bien o servicio. Si se establecen los costos de producción se puede tener un buen aprovechamiento de los materiales, insumos, mano de obra y recursos financieros que se utiliza, así como establecer la ganancia que se puede obtener.

Rojas, R. A. manifiesta que costo “es el la suma de erogaciones en que incurre una persona para la adquisición de un bien o servicio, con la intención de que genere un ingreso en el futuro”

Sistema de Costos

Para Ortega Pérez de León (1996: 150 - 151), Un Sistema de Costos es “ el conjunto de procedimientos, técnicas, registros e informes estructurados sobre la base de la teoría de la partida doble y otros principios técnicos, que tienen por objeto la determinación de los costos unitarios de producción y el control de la operaciones fabriles efectuadas”.

Sistema de Costos por Órdenes de Producción

Un Sistema de Costos por Órdenes de Producción se utiliza cuando su producción es de carácter interrumpida, lotificada, diversificada, que responde a órdenes e instrucciones concretas y específicas de producir uno o varios artículos o un conjunto similar de los mismos; para ello se requiere de una orden de producción.

A la Asociación La Delicia se le considera como una empresa de producción y comercialización de cuyes, y que luego de haber realizado el correspondiente levantamiento de datos, realizando las encuestas, sus actividades se establece que sus socias están centradas en la producción o proceso de crianza de cuyes, por lo que se ha seleccionado el sistema de costos por órdenes de producción, basada en datos históricos.

En definitiva todos los costos se acumulan para ayudar a las decisiones de alguien, es decir los sistemas se diseñan para cumplir con propósitos generales que son comunes a los gerentes o administradores como es en este tipo de organizaciones o empresas.

Hornigren Ch. y Foster G. (1996:100-101) argumentan que: “Los sistemas de Costos por Órdenes de Trabajo los utilizan las organizaciones cuyos productos o servicios se identifican con facilidad mediante unidades individuales o lotes, cada uno de los cuales recibe diversos insumos de materiales directos, mano de obra directa y gastos indirectos de fábrica”.

El principal documento que se utiliza en dicho sistema se conoce como la orden de trabajo o el registro del costo por órdenes de trabajo o la hoja de costos para las órdenes de trabajo. Los autores Backer, M., Jacobsen, L y Ramírez, D. (1998: 219) manifiestan que: “El sistema de contabilidad de costos por Órdenes de Trabajo es especialmente apropiado cuando la producción consiste en trabajos y procesos especiales, más que cuando los productos son uniformes y el patrón de producción es repetitivo o continuo”.

Algunos ejemplos de este tipo de actividad incluyen diseños de ingeniería, construcción de edificios, películas cinematográficas, talleres de reparaciones y trabajos de imprenta sobre pedido.

Manifiestan también que este tipo de sistemas se utiliza cuando el tiempo requerido para fabricar una unidad de producto es relativamente largo y cuando el precio de venta depende estrechamente del costo de producción, como es en la producción de vinos, quesos y seda cruda.

Los sistemas de costos por órdenes de trabajo también son utilizados por empresas que fabrican tornillos y tuercas, debido a que realizan programaciones de trabajos. Cuando virtualmente cada trabajo producido es algo distinto del anterior, es razonable suponer que los costos en la producción de cada trabajo también serán distintos y que estos costos pueden y deben acumularse por separado. Los costos que pueden identificarse con un determinado trabajo, como por ejemplo los de materiales de mano de obra, se cargan directamente a ese trabajo tan pronto como se los identifica. Los costos que no están directamente relacionados con ningún trabajo en particular se asignan a todos los trabajos sobre alguna base de prorratio.

La mayoría de los costos indirectos de fabricación están dentro de la última categoría aunque algunos, como los de preparación de máquinas, primas por sobretiempo y diseños de ingeniería, frecuentemente se cargan en forma directa a los trabajos aplicables.

Las tasas de costos indirectos predeterminadas son particularmente útiles para el costo de las órdenes de trabajo. Puesto que los costos indirectos reales no pueden conocerse inmediatamente después de su terminación sino se recurre a las tasas de costos indirectos.

Estas tasas también ofrecen a la gerencia una base para estimar los costos y las cotizaciones de precios.

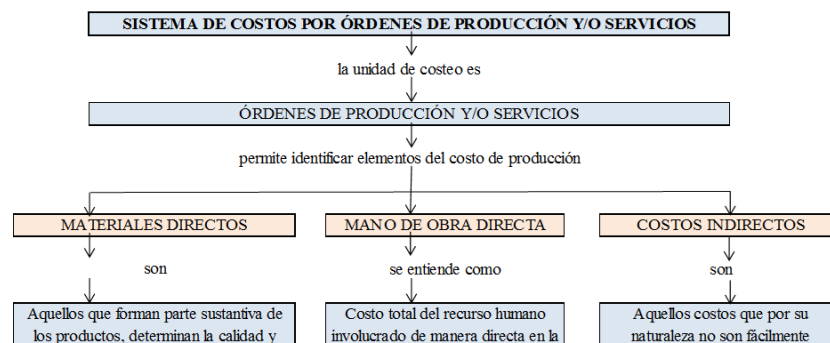
Los autores González, N. E., Moreno .M.D., López, M. E., y otros, en su artículo “ La Importancia del diseño de un sistema de información de costos para la competitividad en los mercados” manifiestan que: “Son muchas las empresas que requieren conocer el costo de cada uno de sus productos o servicios a vender para tomar innumerables decisiones, sin embargo sólo conocen una aproximación del mismo, dado que poseen un sistema de costeo deficiente o inexistente” por lo que “En las empresas de manufactura o de servicios realizan fuertes desembolsos de dinero por conceptos de pago de mano de obra, energía eléctrica, de materia primas necesarias para producir, vender y administrar, además de tener un adecuado control para cada una de las partidas que intervienen en la elaboración de productos o servicios que ofrecen”.

Por lo que sugieren que se debe tener mucho cuidado durante los procesos productivos o ciertas características de calidad, los mismos son factores claves para ser más competitivos en el mercado. Toda la información que genere de dichos factores siempre debe estar sustentada bajo normas de información oportuna, verificable, objetiva, relevante y factible de lograr.

La importancia de este método radica en los costos se van acumulando en cada lote durante toda el proceso de duración del mismo, controla evalúa y liquida cada lote independientemente. El costo se evalúa para cada lote por cada uno de sus conceptos y en cada una de sus etapas.

Para una mejor comprensión sobre el costo en la producción se resume en el siguiente mapa conceptual.

Figura 25: Mapa conceptual del costo de producción



6.7. METODOLOGIA DE ANALISIS PARA DETERMINACION DE COSTOS EN LA PRODUCCION DE CUY

Para el análisis de costos en la producción de la Asociación “La Delicia, se establece el siguiente procedimiento:

- Información sobre la Asociación La Delicia
- Proceso productivo que se realiza en la Asociación
- Determinación, análisis de los costos y gastos de producción en la crianza de cuyes

Cuadro: Metodología para la determinación de costos de producción

ETAPAS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
Información general	Estructura Organizacional	* Recopilación de información de la Asociación	Responsable Legal
Proceso general	Obtener información	Obtener información	Investigadora

ETAPAS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
	sobre control en proceso Productivo	detallada del proceso productivo del cuy	
Costos de producción	Determinar de costos de producción	Elaborar Listado de materiales, equipos, insumos utilizados	Investigadora
		Reconocimiento de costos directos e indirectos en la Producción	Investigadora
		Registros contables	Investigadora
		Diseño de formatos para el control de Producción y Análisis	Investigadora
		Hoja de Costos	Investigadora
		Determinar los costos reales en la producción	Investigadora
		Elabora estados Financieros	Investigadora

6.7.1 Información general

a. Antecedentes.

La Asociación La Delicia se ubica en la Comunidad de El Quinche de la Parroquia Santa Rosa, Cantón Ambato, se encuentra debidamente legalizada ante la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, cuenta con 18 socias que son mujeres. Se encuentran dedicadas a la crianza y comercialización de cuyes siendo su actividad principal.

La Asociación ha venido funcionando con la participación de sus socios, la gestión de su directiva, realizando actividades productivas especialmente en lo relacionado a la crianza del cuy, siendo una alternativa de ingresos importante para sus miembros. El

análisis FODA refleja una serie de debilidades, oportunidades y amenazas que presenta la Asociación.

ANALISIS FODA

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> •Socios comprometidos •Experiencia en el cuidado de los animales menores •Infraestructura adecuada para el cuidado del animal •Disponibilidad de pastos 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> •Demanda creciente de cuyes •Políticas favorables del gobierno •Organizaciones externas como la cadena del cuy que apoyan con la capacitación y mejoramiento de pastos •Oferta de pie de cría para mejorar la genética de cuyes •Existen canales de comercialización en la provincia (ferias ciudadanas y exposiciones)
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> •Poca capacidad técnica en el manejo de animales menores •Inexistencia de registros escritos •Inadecuado organización de bodegas para el almacenamiento de insumos y forrajes •Ausencia de señalizaciones de las áreas de producción •Inadecuada planificación para el abasto del forraje 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> •Presencia de enfermedades •El cambio climático. •Políticas públicas desfavorables para los pequeños emprendimientos •Erupción del volcán Tungurahua

b. Visión

Asociación de Desarrollo Productivo la Delicia en los próximos 10 años será una de los emprendimientos más desarrollados de la provincia de Tungurahua, a través del

encadenamiento de todo su sistema productivo que le permitirá ofertar productos de alta calidad en los principales mercados del país.

c. Misión

La Asociación de Desarrollo Productivo la Delicia es una organización seria, responsable que se dedica a la producción y comercialización de pie de cría, cuyos faenados y no faenados con estándares de alta calidad y valor agregado, para satisfacer las exigencias del mercado.

d. Principios

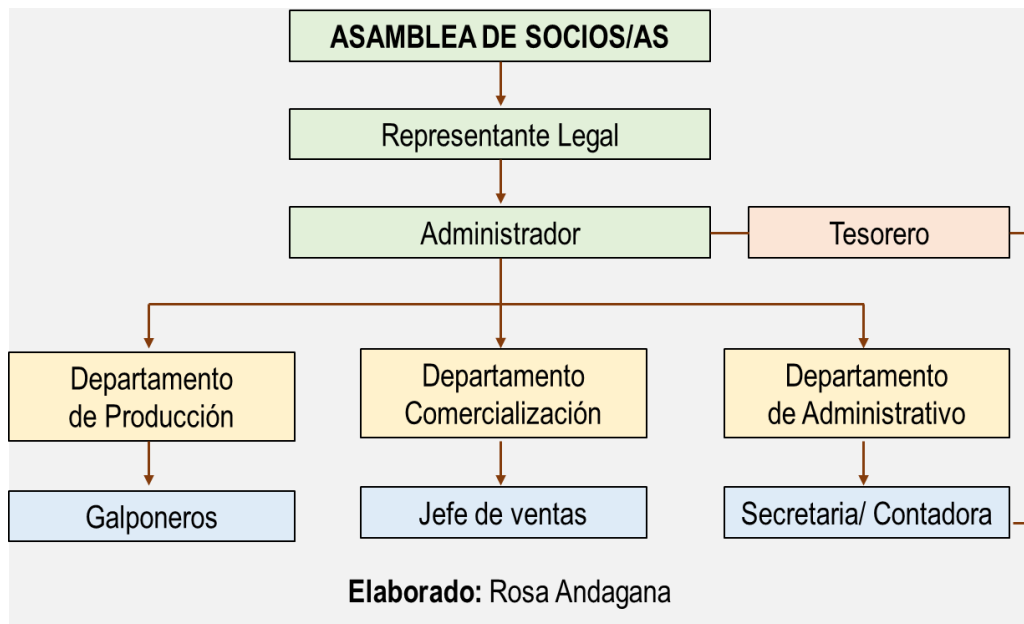
Para lograr la visión planteada la Asociación de Desarrollo Productivo la Delicia se basará en los siguientes principios:

- Honestidad
- Responsabilidad
- Solidaridad
- Equidad

e. Organigrama Estructural

Mediante este organigrama se aprecia la estructura general y las relaciones de trabajo dentro de la empresa en este caso de la Asociación “La Delicia”, como se aprecia en la siguiente figura:

Figura 26: Organigrama estructural de la Asociación La Delicia



f. Organigrama Funcional

Mediante este organigrama se detalla las funciones que se asignan a los diferentes miembros y niveles directivos y operativos que integran la Asociación La Delicia.

Asamblea de socias.

- Máxima autoridad de la organización, integrado por todos los miembros de la Asociación
- Conocer y aprobar el plan de trabajo, así como los presupuestos
- Aceptar a los nuevos socios, analizar y decidir sobre sanciones a los mismos

Representante Legal.

- Representar legalmente a la organización
- Firmar convenios y contratos que vayan en bien de la organización
- Convocar a los miembros de la organización

Administrador

- Elaborar el plan de actividades, coordinar la ejecución y seguimiento
- Coordinar con los directivos e informar de las acciones que se realicen
- Realizar las diferentes gestiones ante organismos frateros para conseguir apoyo

Departamento de Producción

- Planificar y organizar la producción
- Llevar un registro de los materiales y recursos utilizados
- Adoptar estrategias y medidas necesarias para la calidad

Departamento de comercialización

- Determinar el precio de venta
- Organizar la comercialización de los productos
- Establecer un plan de comercialización

Departamento Administrativo

- Archivar la información pertinente a la organización y su operación
- Evaluar el desempeño del personal
- Realizar las inversiones y gastos que se requieren

6.7.2 Información sobre proceso productivo del cuy en la Asociación La Delicia

En el siguiente cuadro se indican los principales parámetros a considerar.

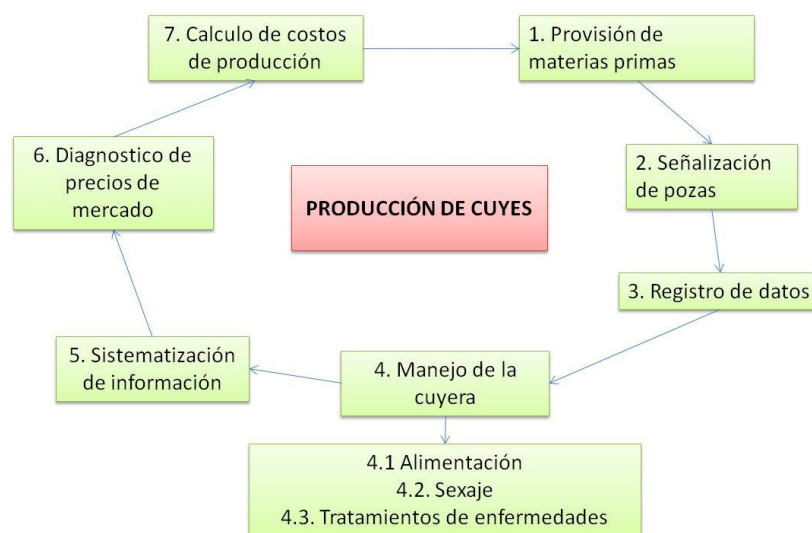
Tabla 21: Parámetros relacionados con la producción de cuyes

ETAPAS	NOMBRE	DESCRIPCION

1	Nacimiento	Los gazapos nacen a los 60 días de gestación
2	Destete	Se refiere a separar a los gazapos de la madre una vez que han transcurrido 15 días.
3	Empadre	Se realiza cuando las cuyes hembras alcanzan la edad de 4 meses colocando un macho por 10 hembras
4	Reproducción	Se produce a los 60 días de gestación, un cuy hembra produce entre 3 a 4 cuyes.
5	Engorde	Los cuyes machos se destinan para engorde y se comercializan entre los 3 a 4 meses de edad cuando han alcanzado 1200 g de peso
6	Descarte	Se realiza con las hembras que han cumplido su vida útil reproductiva que normalmente son después de tres partos.

Procesos productivos de la crianza de cuyes (flujograma), con base en el siguiente diagrama propuesto.

Figura 27: Diagrama del proceso del sistema productivo y los costos de producción



6.7.3 Determinación y análisis de los costos y gastos en la producción de cuyes

Haciendo revisión de los costos y gastos que realizan los miembros de la Asociación La Delicia en el proceso de producción y crianza de cuyes, considerando el uso de instalaciones, equipos, materiales, producción de alimento, mano de obra, compra de cuyes, así como venta de los mismos se resumen la siguiente información:

INSTALACIONES, MAQUINARIA, EQUIPOS Y MATERIALES

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR U	VALOR TOTAL
INSTALACIONES				
Galpones (capacidad 1000 cuyes)	Galpón	6	5000	60000
Oficina de administración y almacén	oficina	1	5000	5000
<i>Total instalaciones</i>				65000
MAQUINARIA Y EQUIPOS				
Cortadora de pasto	unidad	1	1200	1200
Molino de forraje o granos	unidad	1	1500	1500
computadora más impresora	equipo	1	700	700
sillas	unidad	6	30	180
mesas	unidad	2	50	100
balanza	unidad	1	100	100
<i>Total Maquinaria y equipos</i>				3400
INSUMOS Y MATERIALES				
Materiales y productos veterinarios	global	1	200	200
suministros de oficina	global	1	150	150
jaulas para transporte	unidad	50	25	1250
tachos basura	unidad	5	10	50
<i>Total insumos y materiales</i>				1650
SERVICIOS Y MANTENIMIENTO				
servicio de energía eléctrica	meses	12	15	180
servicio de agua	meses	12	10	120
<i>Total servicios y mantenimiento</i>		12	10	300
TOTAL				70350

IMPLEMENTACION DE PASTOS

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR U	VALOR TOTAL
Alquiler de Terreno	Has	2	250	500
semillas	kg	40	10	400
Mano de obra (labores de cultivo)	jornales	300	10	3000
fertilizantes	global	1	200	200
herramientas	global	1	150	150
Tractor (alquiler)	horas	4	25	100

trasporte de forraje	viajes	700	5	3500
TOTAL				7850

COMPRA DE CUYES

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR U	VALOR TOTAL
Pie de cría Hembras	unidad	1500	4	6000
pie de cría Machos	unidad	150	5	750
TOTAL		1650		6750

MANO DE OBRA CRIANZA DE CUYES

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Administrador/contable (medio tiempo)	meses	12	400	4800
Bodeguero (medio tiempo)	meses	12	200	2400
galponeros (medio tiempo)	meses	24	350	8400
TOTAL				15600

CALCULO DE ALIMENTO Y COSTO DIARIO PARA CUY

ALIMENTO	CANTIDAD/DIA/CUY g	CANTIDAD KG	VALOR POR Kg	VALOR TOTAL \$
Forraje	350	0,35	0,15	0,05
Balanceado	50	0,05	0,35	0,02
TOTAL	400	0,4		0,07

DEPRECIACIONES DE INSTALACIONES, MAQUINARIA Y EQUIPOS

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR U	VALOR TOTAL	VIDA UTIL AÑOS	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION AÑO1	DEPRECIACION MENSUAL
INSTALACIONES								
Galpones (capacidad 500 cuyes)	Galpón	1	5000	5000	10	500	450.00	37.50
Oficina de administración y almacén	oficina	1	3000	3000	20	300	135.00	11.25
<i>Total instalaciones</i>				<i>8000</i>		800	585	48.75

MAQUINARIA Y EQUIPOS								
Cortadora de pasto	unidad	1	800	800	3		266.67	22.22
Molino de forraje o granos	unidad	1	1200	1200	3		400.00	33.33
computadora más impresora	equipo	1	700	700	3		35.00	2.92
sillas	unidad	5	30	150	10		15.00	1.25
mesas	unidad	2	50	100	10		5.00	0.42
balanza	unidad	1	120	120	3		40.00	3.33
Total Maquinaria y equipos				2700			761.67	63.47
TOTAL DEPRECIACIONES							1346.67	112.22

Calculo de costos de producción del cuy

A continuación se resume costos de producción de para la producción de cuyes pie de cría que se realiza en un tiempo de 6 semanas, considerando 1000 cuyes.

PRODUCCION DE PIE DE CRIA (6 SEMANAS)

COSTOS DE PRODUCCION (FIJOS, VARIABLES)

COSTOS FIJOS	VALOR POR SEMANAS
Depreciación de instalaciones, equipos	73.13
Insumos y materiales	95.21
Servicios y mantenimiento	9.00
administración	112.50
TOTAL	289.83
COSTOS VARIABLES	
Forraje y balanceado (1000 cuyes)	2930.00
Valor razonable de cuy gazapo según inv.	1250.00
mano de obra para crianza de cuyes	200.00
TOTAL	4380.00
TOTAL COSTO FIJO + COSTO VARIABLE	4669.83
CUYES PRODUCIDOS	1000.00
COSTO PRODUCCION UNITARIO	4.67
% de Utilidad asignada (25%)	1.17
PRECIO DE VENTA	5.84

Se presenta costos de producción de cuyes para engorde por un tiempo de 3 meses con un número de 1000 cuyes.

**PRODUCCION CUYES ENGORDE (3 MESE)
COSTOS DE PRODUCCION (FIJOS, VARIABLES)**

COSTOS FIJOS	VALOR POR SEMANAS
Depreciación de instalaciones, equipos	146.25
Insumos y materiales	190.41
Servicios y mantenimiento	18.00
administración	225.00
TOTAL	579.66
COSTOS VARIABLES	
Forraje y balanceado (1000 cuyes)	8790.00
Valor razonable de cuy gazapo según inv.	1250.00
mano de obra para crianza de cuyes	600.00
TOTAL	10640.00
TOTAL COSTO FIJO + COSTO VARIABLE	11219.66
CUYES PRODUCIDOS	1500.00
COSTO PRODUCCION UNITARIO	7.48
% de Utilidad asignada (25%)	1.87
PRECIO DE VENTA	9.35

A continuación se realiza el cálculo de costos en la producción de cuyes reproductores tanto hembras y machos también considerados de descarte luego de haber cumplido su función reproductiva, considerando 1000 cuyes por el tiempo de 12 meses.

PRODUCCION CUYES DESCARTE (12 MESES)
COSTOS DE PRODUCCION (FIJOS, VARIABLES)

COSTOS FIJOS	VALOR
Depreciación de instalaciones, equipos	585.00
Insumos y materiales	761.64
Servicios y mantenimiento	72.00
administración	900.00
TOTAL	2318.64
COSTOS VARIABLES	
Forraje y balanceado (1000 cuyes)	35160.00
Valor razonable de cuy gazapo según inv.	1250.00
mano de obra para crianza de cuyes	2400.00
TOTAL	38810.00
TOTAL COSTO FIJO + COSTO VARIABLE	41128.64
CUYES PRODUCIDOS	1000.00
COSTO PRODUCCION UNITARIO	41.13

6.7.4 Diseño de formularios para recolección de información

Se considera los siguientes formularios a utilizar como parte del tratamiento de los elementos del costo:

Lote de Producción:

Este documento nos permite llevar el control individual de cada trabajo, para el caso de la avícola es cuando inicia la producción, en el que se detalla: número de Orden de Producción, fecha, artículo, cantidad, fecha de inicio, fecha de terminación de la producción y observaciones. Este documento estará autorizado por el jefe de producción.

ASOCIACION DE DESARROLLO PRODUCTIVO LA DELICIA	
Barrio Independiente 18-23- El Quinche Santa Rosa Ambato-Ecuador	
LOTE DE PRODUCCION	
Lote No.:	Orden No. :
Fecha:	Cantidad:
Producto:	Producto:
Fecha de Inicio:	Fecha de Culminación:
CANTIDAD	DESCRIPCION DEL ARTICULO

Orden de Compra

La adquisición o compra de materiales directos, debe operarse en cumplimiento estricto de las órdenes que se han encomendado, cuidando que las especificaciones que consten en las correspondientes solicitudes, sean satisfechas en los artículos que se adquieren. Además se ha de cuidar que el precio, la calidad y la fecha de entrega sean convenientes para las necesidades de la empresa.

**ASOCIACION DE DESARROLLO PRODUCTIVO
LA DELICIA**

Barrio Independiente 18-23- El Quinche Santa Rosa
Ambato-Ecuador

ORDEN DE COMPRA

Orden No. :

Fecha:

Proveedor:

De acuerdo a sus cotizaciones y cumplimiento le asignamos el siguiente pedido

CODIGO	CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL

.....
ADMINISTRADOR/A

.....
CONTADOR/A

Tarjeta de Autocontrol de Bodega

A través de las tarjetas de control o kardex se pueden controlar las cantidades y los costos de las entradas y salidas de un artículo determinado, y dar a conocer las existencias en cualquier momento sin necesidad de realizar un inventario físico. Cada una de estas tarjetas kardex constituye un auxiliar de la cuenta mercancías no fabricadas por la compañía, en la que la suma de los saldos de las tarjetas representa el total de las mercancías en existencia, a precio de costo.

ASOCIACION DE DESARROLLO PRODUCTIVO LA DELICIA

Barrio Independiente 18-23- El Quinche Santa Rosa
Ambato-Ecuador

KARDEX

Código de referencia:

Producto:

Unidad de Medida:

Método de valoración :

FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
		CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL

Nota de Despacho

En este documento se detalle los materiales que serán utilizados en producción, debidamente respaldados con las firmas del Jefe de Bodega y del que recibe, como es el

Tarjeta de Tiempo o Asistencia del Personal

En dicho documento consta la asistencia del personal que labora en la empresa, en ella constaran nombre del trabajador, numero de cedula, días, fecha, en la columna de entada constara de las firmas tanto cono de salida y la hora, y en la columna de observaciones para detallar permisos o faltas.

**ASOCIACION DE DESARROLLO PRODUCTIVO
LA DELICIA**

Barrio Independiente 18-23- El Quinche Santa Rosa
Ambato-Ecuador

TARJETA CONTROL DE ASISTENCIA

Código:
 Nombre:
 No de cédula :
 Mes:

FECHA	PRIMERA JORNADA			SEGUNDA JORNADA			OBSERVACIONES
	ENTRADA	SALIDA	FIRMA	ENTRADA	SALIDA	FIRMA	
TOTAL MES							

Hoja de Costos

Dicho documento se utiliza para informar el proceso productivo desde su inicio hasta su terminación, a cada orden de producción le corresponde una hoja de costos.

En cada hoja de costos debe incluir datos tales como: número de orden de producción, fecha de inicio, fecha de terminación, nombre del producto, dichos materiales deben estar detallados en unidades, precios unitarios y totales.

De tal manera que se totalice el importe de los tres elementos para dividir su importe entre el número de unidades terminadas y con ello determinar el costo unitario, que servirá para fijar el precio de venta de cada libra de cuy.

ASOCIACION DE DESARROLLO PRODUCTIVO "LA DELICIA"

Barrio Independiente 18-23- El Quinche Santa Rosa
Ambato-Ecuador

HOJA DE COSTOS

Hoja de Costos No. :

Producto: **Lote de Producción:**
Fecha de inicio: **Fecha de culmin:**
No. De cuyes iniciales: **No. De cuyes finales:**
No. De cuyes muertos: **Mortalidad:**

MATERIALES E INSUMOS			GASTOS DE PERSONAL OPERATIVO			COSTOS /GASTOS INDIRECTOS		
Fecha	Documento No.	Valor	Fecha	No. Horas	Valor	Fecha	Parámetro	valor
Suman			Suman			Suman		

RESUMEN	VALOR
+ MATERIALES E INSUMOS	
+ GASTOS DE PERSONAL OPERATIVO	
+ COSTOS O GASTOS INDIRECTOS	
= COSTO DE PRODUCCION	
TOTAL DE CUYES AL FINALIZAR	
COSTO UNITARIO DEL CUY	

Control de recepción de cuyes.

En los galpones es necesario registrar los cuyes que se reciben en los galpones y están destinados para la crianza

ASOCIACION DE DESARROLLO PRODUCTIVO LA DELICIA

Barrio Independiente 18-23- El Quinche Santa Rosa
Ambato-Ecuador

CONTROL DE RECEPCION DE CUYES

Lote de Producción:
Granja:
Fecha de ingreso:

DESCRIPCION	NUMERO DE CUYES	OBSERVACIONES
Cuyes recibidos		
Cuyes muertos		
TOTAL		

GALPONERO

117

JEFE DE PRODUCCION

Control de peso de los cuyes

ASOCIACION DE DESARROLLO PRODUCTIVO LA DELICIA				
Barrio Independiente 18-23- El Quinche Santa Rosa Ambato-Ecuador				
CONTROL DE PESO CUYES				
Lote de Producción:				
Granja:				
FECHA	No. MUESTRA	PESO EN LIBRAS	FORMULA	OBSERVACIONES
_____			_____	
GALPONERO			JEFE DE PRODUCCION	

Control de mortalidad

ASOCIACION DE DESARROLLO PRODUCTIVO LA DELICIA			
Barrio Independiente 18-23- El Quinche Santa Rosa Ambato-Ecuador			
CONTROL DE MORTALIDAD			
Lote de Producción:			
Granja:			
FECHA	CUYES MUERTOS	TOTAL MORTALIDAD	OBSERVACIONES
_____		_____	
GALPONERO		JEFE DE PRODUCCION	

Control de peso total para cuyes

ASOCIACION DE DESARROLLO PRODUCTIVO
LA DELICIA

Barrio Independiente 18-23- El Quinche Santa Rosa
 Ambato-Ecuador

CONTROL DE PESO TOTAL DE GRANJA

Fecha de Producción:

Granja:

No. Cuyes final del proceso :

FECHA	No. JAULAS	PESO JAULAS	No. CUYES	PESO BRUTO CUYES	PESO NETO CUYES

GALPONERO
JEFE DE PRODUCCION

Registro de movimiento económico mensual

REGISTRO ECONOMICO MENSUAL												
EGRESOS												
CONCEPTO	MESES										TOTAL	
	ENERO	SUBTOTAL	MARZO	SUBTOTAL	ABRIL	SUBTOTAL	MAYO	SUBTOTAL	JUNIO			
Pie de cria												
Forraje												
Balanceado												
Medicina												
Faenamiento												
Mano de Obra												
Transporte												
Reproductor/a												
Cuy parrillero												
Abono orgánico												
Otros												
Total												

Asientos contables propuestos para el registro de activos biológicos

EJEMPLO PRÁCTICO

ASIENTO 1:

DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
BANCO		1.200,00	
INVENTARIOS DE ACTIVOS BIOLÓGICOS		3.500,00	
INV PIE DE CRÍA	800,00		
INV ENGORDE	1.200,00		
INV REPRODUCTORAS	1.500,00		
MAQUINARIA		1.000,00	
EDIFICIO		5.000,00	
INVENTARIO DE MATERIALES		2.000,00	
PROVEEDORES			3.200,00
PATRIMONIO			9.500,00
P/R Según estado de Situación Inicial			

Asiento 2

DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
INVENTARIO DE MATERIALES E INSUMOS		650,00	
Inv. Balanceados de Crecimiento	250,00		
Inv. Balanceados de Engorde	150,00		
Inv. Balanceado de Producción	250,00		
BANCOS			643,50
1% impuesto a la renta			6,50
S/R Este asiento es para registrar compra de balanceados.			

Asiento 3

DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
INVENTARIO DE MATERIALES E INSUMOS		390,00	
Vacunas	70,00		
Vitaminas	70,00		
Desparasitantes	250,00		
BANCOS			386,10
1% impuesto a la renta			3,90
S/R Este asiento es para registrar compra de vacunas. Vitaminas, desparasitantes.			

Asiento 4

DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
MANO DE OBRA		350,00	
BANCOS			350,00
S/R Este asiento es para registrar personal para el cuidado del cuy			

Asiento 5

DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
COSTOS EN LA PRODUCCION		990,00	
INV. DE MATERIAALES E INSUMOS			640,00
MANO DE OBRA			350,00
S/R Este asiento es para registrar compra de balanceados, e insumos para producción de cuyes			

Asiento 6

DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
BANCOS		1875,00	
CUENTAS POR COBRAR		1875,00	
VENTAS 0%			3750,00
S/R para registrar la venta 50% depósito y 50% letra de cambio			

Asiento 7

DETALLE	PARCIAL	DEBE	HABER
COSTOS EN LA PRODUCCION		800	
INV. ACTIVOS BIOLÓGICOS			800
INV. PIE DE CRIA	800		
S/R para registrar la salida de los activos biológicos			

ROL DE PAGOS
Del 01 AL 31 ENERO 2015

N°	NOMBRE	CARGO	SUELDO BASICO	DÍAS TRABAJADOS	TOTAL INGRESOS	DESCUENTOS		LIQUIDO A RECIBIR	BENEFICIOS SOCIALES LEGALES					TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL ROL
						APORTE PERSONAL 9,35%	TOTAL DEDUCCIONES		AP. PATRONAL 12,15%	XIII SUELDO	XIV SUELDO	F. RESERVA	VACACIONES		
1	Guerrero Marianela	galponera	400,00	30	400,00	37,4	37,4	362,60	48,6	29,66	33,33	33,33	16,67	161,593	524,19
2	Guincho Jose	galponero	354,00	30	354,00	33,099	33,099	320,90	43,011	30,66	29,50	29,50	14,75	141,94	462,84
3	Maliza Rosa	galponera	354,00	30	354,00	33,099	33,099	320,90	43,011	31,66	29,50	29,50	14,75	141,94	462,84
TOTAL MOD:			1.108,00	90,00	1.108,00	103,60	103,598	1.004,40	449,55	91,98	92,33	92,33	46,17	1511,88	1.449,88
1	Miguel Pacari	Bodeguero	\$ 380,00	30	\$ 380,00	35,53	35,53	\$ 344,47	46,17	29,66	31,67	31,67	15,835	109,51	489,51
2	Angel Pacari	Jefe de Producción	\$ 380,00	30	\$ 380,00	35,53	35,53	\$ 344,47	46,17	30,66	31,67	31,67	15,835	109,51	489,51
TOTAL MOI:			\$ 760,00	60	\$ 760,00	71,06	71,06	\$ 688,94	92,34	60,32	63,33	58,33	31,67	219,01	979,01
2	Rosa Andagana	Contador	800,00	30	800,00	74,8	74,8	362,6	97,2	29,66	26,5	66,67	33,33	158,43	958,43
3	Fernanda Manobanda	Auxiliar de Contabilidad	358,00	30	358,00	33,473	33,473	271,95	43,497	29,66	26,5	29,83	14,92	125,45	483,45
TOTAL ADMINISTRACIÓN:			1158,00	60	1158,00	108,27	108,273	634,55	140,697	59,32	53	96,50	48,25	283,88	1441,88

TOTAL ROL:			3.026,00	210,00	3.026,00	211,87	282,931	2.327,89	590,247	211,62	208,67	150,66		2.079,65	7.179,65
-------------------	--	--	-----------------	---------------	-----------------	---------------	----------------	-----------------	----------------	---------------	---------------	---------------	--	-----------------	-----------------

7.- BIBLIOGRAFIA

ARNAS, A. (2013). Arnoldoaraya.com. Recuperado el 10 de 04 de 2014, de arnoldoaraya.com:

<http://www.arnoldoaraya.com/Articulos/CONTROL%20INTERNO.pdf>.

BERNAL, C. A. (2010). Metodología de la Investigación (Tercera ed.). Bogotá, Colombia: Pearson Educación.

DEL CID, A., MÉNDEZ, R., & SANDOVAL, F. (2011). Investigación. Fundamentos y metodología (Vol. Segunda Edición). Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación S.Ac.

ESTRATEGIA AGROPECUARIA DE TUNGURAHUA. (2013). Avances 2007-2011 y proyección 2012-2017. Tercera Edición. Ambato. 146p.

FAO. (2012). Recuperado el 12 de Noviembre de 2015, de Ingeniería Económica aplicada a la Industria Pesquera: <http://www.fao.org/docrep/003/v8490s/v8490s06.htm>.

EL TELÉGRAFO (2015). Recuperado el 13 de diciembre de 2015 de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/mas-de-710-mil-familias-se-dedican-a-la-crianza-de-cuyes-en-el-pais.html>

FERNÁNDEZ, L. C., & MONTIEL, J. (2012). Recuperado el 05 de Enero de 2015, de <http://uaim.edu.mx/webraximhai/Ej-25baticulosPDF/10%20FERNANDEZ-LINARES.pdf>

FLORIÁN W. & FERNÁNDEZ C. (2013). Sistema de costos por órdenes en la fijación de precios y control de recursos en la Empresa Corporación Wamatray SAC en la ciudad de Trujillo Período Enero-Julio 2013,. Trujillo, Perú.

HERNÁNDEZ, M. (2012). Metodología de la investigación. Venezuela.

HERRERA, E., MEDINA, F., & NARANJO, L. (2008). Tutoría de la investigación científica. Ambato: Empresdane gráficas Cía. Ltda.

HERVÁS, A., Campo, A., & Revilla, M. (2012). Animación del punto de venta. Madrid: McGraw.

HILL, M. (2012). Ecured. Recuperado el 09 de Enero de 2015, de http://www.ecured.cu/index.php/Los_Sistemas_de_Costos.

HOY, D. (2009). Ecuador quiere comer más cuy, págs. 1-14.

INEC. (2012). inec.gob. Obtenido de inec.gob: http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=96).

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. (2013). inec.gob. Recuperado el 15 de 03 de 2014, de inec.gob: http://www.inec.gob.ec/archivos_temporales_descarga/AnuarioDESAE_2013.pdf

GUEVARA, G. (2010). Oocities. Recuperado el 15 de 04 de 2014, de Oocities: <http://www.oocities.org/espanol//Inforfinanc.htmaudiconsystem>.

KOTLER, Philips. (2004). “Dirección de Marketing”, Editorial Pearson Education, México, 2001, pág., 361, 459, 465. Consultado, 03-10-2012.

LEÓN, C. R. (2009). Manual Técnico de Crianza de Cuyes. Cajamarca: CEDEPAS.

LÍDERES. (2014). revistalideres.ec. Recuperado el 15 de 03 de 2014, de revistalideres.ec: http://www.revistalideres.ec/informe-semanal/Ecuador-BCE-_informe-economia_ecuatoriana-industria-competitividad_0_1128487153.html

LUNA, L. (2011). Teorías conductistas y cognitivas del aprendizaje. Recuperado el 26 de 06 de 2014, de Teorías conductistas y cognitivas del aprendizaje: <http://teoriasconductistasdelaprendizaje.blogspot.com/2011/05/paradigmas-concepto-evolucion-tipos.html>

MAGAZINEMBA. (2011). Recuperado el 05 de Enero de 2015, de <http://bacuyes.magazinemba.com/>

MARKETING DE CULTURA S.A. (s/f). Diccionario de Marketing, de Cultural S.A. Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad. (05 de 2011). producción.gob. Recuperado el 15 de 03 de 2014, de producción.gob: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-TUNGURAHUA.pdf> mayo 2011.

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA (2014), Manual de crianza y producción de cuyes con estándares de calidad. Recuperado el 13 de diciembre de 2015 de <http://www.agricultura.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Manual-para-la-crianza-del-cuy.pdf>

MORENO, M. A. (2010). El Punto de Equilibrio del negocio y su importancia estratégica. Recuperado el 09 de Enero de 2015, de <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-punto-de-equilibrio-y-su-importancia-estrategica>.

NASAUDIT CONTRO INTERNO. (2009). actualicese.com. Recuperado el 26 de 06 de 2014, de actualicese.com:

[http://www.actualicese.com/Blogs/DeNuestrosUsuarios/Nasaudit-OSO II Enterprise Risk Management Primera Parte.pdf](http://www.actualicese.com/Blogs/DeNuestrosUsuarios/Nasaudit-OSO%20II%20Enterprise%20Risk%20Management%20Primera%20Parte.pdf)

NEGOCIOS, A. (2012). Recuperado el 07 de Enero de 2015, de http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fagronegociosecuador.ning.com%2Fpage%2Fimportancia-de-la-cuyicultura&ei=Uk-0VP2SHcqmSfg4SwAQ&usg=AFQjCNFybR9WqCKDpQwpZ_ZBk9A4bg_TQA&bvm=bv.83339334,d.eXY

NEGOCIOS, A. (2014). Recuperado el 08 de Enero de 2015, de <http://agronegociosecuador.ning.com/page/generalidades-del-cuy>.

NICOLA, A., & URGÍLES, C. (2013). Evaluación del sistema de control interno a los procesos de compra y venta de “Zona Muebles” Cía Ltda. Cuenca, Azuay, Ecuador.

PAIVA, F. (2013). Control interno y su incidencia en la rentabilidad de empresa cobros del norte S.A. Revista Científica.

PINTO, Y. (2011). blogspot.com. Recuperado el 01 de 05 de 2014, de blogspot.com: <http://metodologia-aldia.blogspot.com/2011/10/concepto-de-operacionalizacion-de-las.html>

RECALDE, H. (2011). slideshare.net. Recuperado el 25 de 03 de 2014, de slideshare.net: http://www.slideshare.net/hector_recalde/mtodologa-de-la-investigación.

REDACTORES MAILXMAIL. (2012). mailxmail.com. Recuperado el 06 de 04 de 2014, de mailxmail.com: http://www.mailxmail.com/auditoria-interna-externa-definicion-caracteristicas_h

RIVERO, D. S. (2009). Introducción a la Metodología de la Investigación . Shalom.
Rodriguez, M. (2013). Recuperado el 03 de Enero de 2015, de <http://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/83/1/T3103.pdf>.

STANTON, William, ETZEL, Michael, WALKER, Bruce. (2007). “Fundamentos de Marketing”, Decimocuarta Edición, Editorial Mc Graw Hill, México 2007, pág., 339-341.

SANTANA, Y. M., & HERNÁNDEZ, M. P. (2012). Recuperado el 15 de Noviembre de 2014, de <http://www.monografias.com/trabajos94/contabilidad-costos-herramienta-toma-decisiones/contabilidad-costos-herramienta-toma-decisiones.shtml>

SARMIENTO R, Rubén. (2005). Contabilidad de Costos, Primera Edición, Editorial VOLUNTAD, Quito-Ecuador.

STIGLITZ, Joseph E. Os exuberantes anos 90. São Paulo, Editora Schwarcz, 2003.

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS. (2013). diariodigitalcentro.com. Recuperado el 06 de 03 de 2014, de diariodigitalcentro.com: <http://www.diariodigitalcentro.com/index.php/economia-local/1406-sri-tungurahua-cotopaxi-y-pastaza-tributaron--130-millones-21-Junio-2014>.

SARMIENTO, Rubén. (2010). “Contabilidad de Costos”, Segunda Edición, Quito 2010, pág. 17-18. Consultado, 05-09-2012.

STANTON, Etzel , & WALKER. (s/f). Fundamentos de Marketing, el proceso de venta. Tania, B., & Francisco, J. (Enero de 2013). Recuperado el 09 de Enero de 2015, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4180/1/UPS-QT03542.pdf>

WIGODSKI, J. (2010). Blogspot. Recuperado el 04 de 05 de 2014, de <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

ZAPATA, Pedro. (2007). Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones (Primera Edición). Colombia: Mc Graw Hill.