



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TEMA:**

**COSTOS DE PRODUCCIÓN Y DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DE  
LA EMPRESA 9-MAR NUEVEMARSA DEL CANTÓN SANTA ELENA,  
PARROQUIA CHANDUY, AÑO 2017.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**AUTOR:**

Carolina Marilú Tigrero González

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2019**



**TEMA:**

**COSTOS DE PRODUCCIÓN Y DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DE LA EMPRESA 9-MAR NUEVEMARSA DEL CANTÓN SANTA ELENA, PARROQUIA CHANDUY, AÑO 2017.**

**AUTOR:**

Carolina Marilú Tigreiro González

**TUTOR:**

CPA. Mariela Reyes Tomalá. MSc.

### **RESUMEN**

El trabajo de investigación fue realizado con la finalidad de determinar un sistema de costeo para obtener los costos de producción de los productos terminados, con el fin de establecer precios de venta que permitan obtener rentabilidad y que la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA sea competitiva en el mercado. La problemática se centra en la obtención de los costos de producción del pescado, y de la manera que estos afectan a los precios de venta. Se utilizó herramientas contables y financieras para la determinación de precios. Se evidenció que la empresa no cuenta con un sistema de costeo que permita determinar los costos de producción de forma oportuna y confiable. El trabajo de titulación se fundamentó en conceptos bibliográficos referentes a costos de producción y determinación de precios, se basó también en la aplicación de las normas ecuatorianas que regulan la actividad pesquera. Se aplicó métodos teóricos, empíricos e instrumentos de recolección de información. Los resultados de este trabajo de investigación evidenciaron que la organización determina sus costos de producción de manera empírica, situación que no permite contar con información confiable con el fin de determinar los precios de venta de sus productos, y su vez conocer la rentabilidad real del negocio, lo que imposibilitaría la competitividad de esta en el mercado. Con base a lo expuesto la autora ha propuesto la implementación de un modelo de Costos por Órdenes de Producción, para obtener los costos de los productos, y de esta manera la administración de la empresa cuente con información real para el establecimiento de precios de venta, que permitan generar una rentabilidad adecuada.

**Palabras claves:** Costos de producción, precios, sistemas de costeos, rendimiento.



**TOPIC:**

**THE COST OF PRODUCTION AND DETERMINATION OF THE PRICES  
OF THE COMPANY 9-MAR S.A. OF THE PROVINCE OF SANTA ELENA,  
SECTOR CHANDUY, IN THE YEAR 2017**

**AUTOR:**

Carolina Marilú Tigrero González

**TUTOR:**

CPA. Mariela Reyes Tomalá. MSc.

**SUMMARY:**

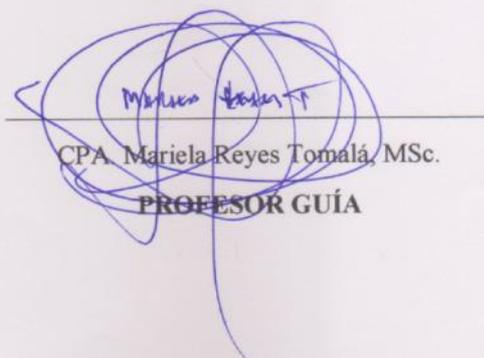
The research project was carried out in order to determine a costing system to obtain the production costs of the finished products, in order to establishing sale prices that allow profitability and that the 9-MAR NUEVEMARSA Company is competitive in the market. The problem focuses on obtaining the costs of fish production, and how they affect the sale prices. Accounting and financial tools were used to determine prices. It was evidenced that the company does not have a costing system that allows to determine production costs in a timely and reliable manner. The titling work was based on bibliographic concepts related to production costs and price determination, it was also based on the application of the Ecuadorian norms that regulate the fishing activity. Theoretical, empirical methods and information collection instruments were applied. The results of this research showed that the organization determines its production costs in an empirical way, a situation that does not allow reliable information in order to determine the sale prices of its products, and in turn, to know the real profitability of the business. , which would make it impossible to compete in the market. Based on the foregoing, the author has proposed the implementation of the Cost System for Production Orders, to obtain the costs of the products, and thus in this way the administration of the company has real and timely information for the establishment of prices of sale, to generate an adequate return.

**Key Words:** Cost of production, prices, system of costs, performance.

### APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, "COSTOS DE PRODUCCIÓN Y DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DE LA EMPRESA 9-MAR NUEVEMARSA, DEL CANTÓN SANTA ELENA, PARROQUIA CHANDUY, AÑO 2017", elaborado por la Srta. Carolina Marilú Tigrero González, egresado de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Contabilidad y Auditoría, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



CPA. Mariela Reyes Tomalá, MSc.

**PROFESOR GUÍA**

### DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación de "COSTOS DE PRODUCCIÓN Y DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DE LA EMPRESA 9-MAR NUEVEMARSA, DEL CANTÓN SANTA ELENA, PARROQUIA CHANDUY, AÑO 2017", elaborado por la Srta. **Carolina Marilú Tigreiro González**, declara con la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica, educativa, empresarial y administrativa.

#### **Transferencia de derechos autorales**

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Contabilidad y Auditoría, pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena**, y su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

*Carolina Tigreiro González*

---

**TIGRERO GONZÁLEZ CAROLINA MARILÚ**

**C.C. No.: 245013427-1**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios: por permitirme cumplir con uno de los objetivos de mi vida con éxito, por ser aquel amigo fiel y acompañarme en momentos de debilidad, guiando siempre mi camino hacia el bien y llenándolo de sabiduría.

A mis padres: Irlanda Marilú y Emiliano Cruz por haber sembrado aquellas virtudes, valores y conocimientos que han hecho de mí una persona triunfadora capaz de alcanzar sus sueños con perseverancia y humildad.

A mis hermanos: Karen Antonella y Byron Rubén a quienes admiro, por su inteligencia, fortaleza y generosidad.

A un amigo especial: por haberme instruido tanto académicamente como social, aportando con sus conocimientos y experiencias, motivándome para dar lo mejor en cada paso en el proceso de mi formación profesional.

**Carolina Marilú Tigreiro González**

## **DEDICATORIA**

En primer lugar, a Dios: por llenar mi corazón de fe, para alcanzar este objetivo, por ayudarme a superar pruebas y por cuidarme de aquellos peligros que se atraviesan a lo largo del camino.

En segundo lugar, a mi familia: por la dedicación absoluta en mi proceso de formación, por el apoyo moral y económico.

En tercer lugar, a Terry: por ser ese motivo de lucha constante, capaz de inspirar a cualquier individuo a romper barreras y cruzar fronteras.

Por último, a Teresa de Jesús, por ser aquel apoyo incondicional en todo el proceso de mi formación académica, acompañándome y aconsejándome para ser una profesional de carácter y disciplina.

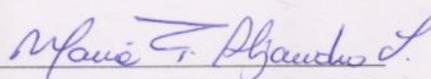
**Carolina Marilú Tigrero González**

**TRIBUNAL DE GRADO**



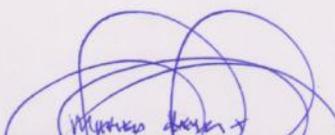
---

**PhD. Lilia Valencia Cruzaty  
DECANA (E) DE LA FACULTAD  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



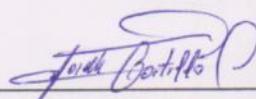
---

**Lcda. María Alejandro Lindao, MCA.  
DIRECTORA (E) DE LA CARRERA  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**



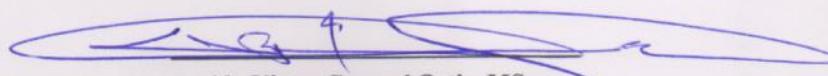
---

**CPA. Mariela Reyes Tomalá, MSc.  
DOCENTE TUTOR DE LA  
FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**



---

**Lcdo. Joseph Castillo Yagual, MSc.  
DOCENTE ESPECIALISTA DE LA  
FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**



---

**Ab. Víctor Coronel Ortiz, MSc.  
SECRETARIO GENERAL (E)**

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I.....	7
MARCO TEÓRICO .....	7
1.1. Revisión de la Literatura .....	7
1.2. Desarrollo de las teorías y conceptos .....	10
1.2.1. Variable Independiente: Costos de producción .....	11
1.2.1.1. Elementos del Costo .....	12
1.2.1.1.1. Materia Prima .....	13
1.2.1.1.3. Costos Indirectos de Fabricación.....	15
1.2.1.2. Clasificación de los costos .....	17
1.2.1.3. Sistemas de costos.....	20
1.2.1.3.1. Por órdenes de producción.....	21
1.2.1.3.2. Por procesos .....	22
1.2.2. Variable Dependiente: precio .....	23
1.2.2.1. Procesos para determinar el precio .....	24
1.2.2.2. Determinación de precios .....	24
1.2.2.2.1. Costos.....	25
1.2.2.2.2. Clientes... ..	25
1.2.2.2.3. Competencia .....	26
1.2.2.3. Métodos de fijación de precios .....	27
1.2.2.4.1. Métodos basados en los Costos .....	27
1.2.2.4.3. Métodos basados en el Mercado .....	30
1.3. Fundamentos sociales, psicológicos, fisiológicos y legales. ....	31
1.3.1. Fundamentación Legal .....	31
CAPÍTULO II .....	35

<b>MATERIALES Y MÉTODOS.....</b>	<b>35</b>
<b>2.1. Tipo de Investigación .....</b>	<b>35</b>
<b>2.1.1. Investigación Descriptiva.....</b>	<b>35</b>
<b>2.2. Método de investigación .....</b>	<b>35</b>
<b>2.2.1. Métodos Teóricos .....</b>	<b>35</b>
<b>2.2.1.1. Método Deductivo .....</b>	<b>35</b>
<b>2.2.2.1. Observación .....</b>	<b>36</b>
<b>2.2.2.2. Entrevista .....</b>	<b>36</b>
<b>2.3. Diseño de muestreo .....</b>	<b>36</b>
<b>2.3.1. Población.....</b>	<b>36</b>
<b>2.4. Diseño de recolección de datos .....</b>	<b>37</b>
<b>2.4.1. Guía de entrevista .....</b>	<b>37</b>
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>38</b>
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>38</b>
<b>3.1. Análisis de Datos .....</b>	<b>38</b>
<b>3.2. Limitaciones.....</b>	<b>42</b>
<b>3.3. Resultados .....</b>	<b>43</b>
<b>3.3.1. Análisis de la situación actual de 9-MAR NUEVEMARSA.....</b>	<b>43</b>
<b>3.4. Propuesta .....</b>	<b>47</b>
<b>3.4.1. Objetivos de la Propuesta.....</b>	<b>48</b>
<b>3.4.1.1. Objetivo General .....</b>	<b>48</b>
<b>3.4.1.2 Objetivos Específicos .....</b>	<b>48</b>
<b>3.4.2. Descripción de la propuesta .....</b>	<b>48</b>
<b>3.4.3.1. Flujoograma del proceso contable de la Empresa .....</b>	<b>49</b>
<b>3.4.3.2. Identificación y Determinación del costo por producción.....</b>	<b>50</b>
<b>3.4.3.3. Resumen Costo total por producción .....</b>	<b>63</b>
<b>3.4.3.4. Hojas de costos .....</b>	<b>63</b>

<b>3.4.3.5. Análisis del costo actual y el costo presupuestado.....</b>	<b>64</b>
<b>3.4.4. Determinación de precios .....</b>	<b>65</b>
<b>3.4.4.1. Fijación de precios basado en el costo .....</b>	<b>65</b>
<b>3.4.4.1.1. Análisis del precio actual y el precio propuesto .....</b>	<b>67</b>
<b>3.4.4.2. Fijación de precios basado en la competencia .....</b>	<b>67</b>
<b>3.4.4.3. Fijación de precios basado en el mercado.....</b>	<b>68</b>
<b>3.5. Discusión .....</b>	<b>70</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>71</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>72</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>73</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>76</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura N° 1.</b> Flujograma del proceso productivo de la empresa.....	45
<b>Figura N° 2.</b> Flujograma del proceso contable de la empresa .....	49

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro N° 1.</b> Procedimiento de aplicación de los CIF .....	16
<b>Cuadro N° 2.</b> Clasificación de los costos.....	17
<b>Cuadro N° 3.</b> Procesos para determinar el precio.....	24
<b>Cuadro N° 4.</b> Métodos de fijación de precios.....	27
<b>Cuadro N° 5.</b> Tipos de especies de mayores ingresos .....	46
<b>Cuadro N° 6.</b> Ficha técnica de la empresa.....	47

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla N° 1.</b> Población .....	37
<b>Tabla N° 2.</b> Costos de producción totales por producto.....	44
<b>Tabla N° 3.</b> Costos totales y unitarios, y precios de ventas .....	45
<b>Tabla N° 4.</b> Proforma 001 carita congelada .....	51
<b>Tabla N° 5.</b> Nota de pedido 001 .....	52
<b>Tabla N° 6.</b> Orden de producción 001 .....	53
<b>Tabla N° 7.</b> Costo por gaveta de cada especie pelágico.....	54
<b>Tabla N° 8.</b> Cálculo porcentual requerido por producción .....	54
<b>Tabla N° 9.</b> Determinación de unidades de gavetas para cada producción .....	55
<b>Tabla N° 10.</b> Determinación de unidades de marquetas para cada producción ...	55
<b>Tabla N° 11.</b> Requisición de materiales directos 001 .....	56
<b>Tabla N° 12.</b> Nota de egreso de materiales directos 001 .....	56
<b>Tabla N° 13.</b> Resumen de materiales directos .....	57
<b>Tabla N° 14.</b> Distribución del costo de la mano de obra directa.....	58
<b>Tabla N° 15.</b> Prorrateo de materiales indirectos .....	59
<b>Tabla N° 16.</b> Requisición de materiales indirectos 001 .....	60
<b>Tabla N° 17.</b> Nota de egreso de materiales indirectos 001 .....	61
<b>Tabla N° 18.</b> Resumen de adquisición de materiales indirectos .....	61
<b>Tabla N° 19.</b> Presupuesto de costos indirectos de fabricación.....	62
<b>Tabla N° 20.</b> Distribución de los costos indirectos de fabricación .....	62
<b>Tabla N° 21.</b> Total de costos de producción .....	63
<b>Tabla N° 22.</b> Hoja de costos 001 carita congelada.....	64
<b>Tabla N° 23.</b> Análisis del costo actual y costo presupuestado .....	65
<b>Tabla N° 24.</b> Fijación de precios basado en el costo.....	66
<b>Tabla N° 25.</b> Análisis del precio actual y presupuestado.....	67
<b>Tabla N° 26.</b> Fijación de precios basado en la competencia.....	68
<b>Tabla N° 27.</b> Demanda de la producción .....	69
<b>Tabla N° 28.</b> Fijación de precios basado en el mercado .....	69

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo N° 1.</b> Matriz de consistencia .....	78
<b>Anexo N° 2.</b> Entrevista Gerente General.....	79
<b>Anexo N° 3.</b> Entrevista Contador General.....	80
<b>Anexo N° 4.</b> Proforma 002 botella congelada .....	81
<b>Anexo N° 5.</b> Proforma 003 trompeta congelada.....	81
<b>Anexo N° 6.</b> Proforma 004 pámpano congelado .....	82
<b>Anexo N° 7.</b> Nota de pedido 002 .....	82
<b>Anexo N° 8.</b> Nota de pedido 003 .....	83
<b>Anexo N° 9.</b> Nota de pedido 004.....	83
<b>Anexo N° 10.</b> Orden de producción.....	84
<b>Anexo N° 11.</b> Orden de producción 003.....	84
<b>Anexo N° 12.</b> Orden de producción 004.....	85
<b>Anexo N° 13.</b> Requisición de materiales directos 002 .....	85
<b>Anexo N° 14.</b> Requisición de materiales directos 003 .....	86
<b>Anexo N° 15.</b> Requisición de materiales directos 004 .....	86
<b>Anexo N° 16.</b> Nota de egreso de materiales directos 002 .....	87
<b>Anexo N° 17.</b> Nota de egreso de materiales directos 003 .....	87
<b>Anexo N° 18.</b> Nota de egreso de materiales directos 004 .....	88
<b>Anexo N° 19.</b> Requisición de materiales indirectos 002 .....	88
<b>Anexo N° 20.</b> Requisición de materiales indirectos 003 .....	89
<b>Anexo N° 21.</b> Requisición de materiales indirectos 004 .....	89
<b>Anexo N° 22.</b> Nota de egreso de materiales indirectos 002 .....	90
<b>Anexo N° 23.</b> Nota de egreso de materiales indirectos 003 .....	90
<b>Anexo N° 24.</b> Nota de egreso de materiales indirectos 004 .....	91
<b>Anexo N° 25.</b> Hoja de costos 002 botella congelada.....	91
<b>Anexo N° 26.</b> Hoja de costos 003 trompeta congelada .....	92
<b>Anexo N° 27.</b> Hoja de costos 004 pámpano congelado.....	92
<b>Anexo N° 28.</b> Resumen de horas por cada producción .....	93
<b>Anexo N° 29.</b> Rol de pagos mano de obra directa.....	94
<b>Anexo N° 30.</b> Tabla de depreciaciones de activos fijos .....	95

<b>Anexo N° 31.</b> Presupuesto de servicios básicos .....	96
<b>Anexo N° 32.</b> Presupuesto de mantenimiento de activos <i>fijos</i> .....	97
<b>Anexo N° 33.</b> Presupuesto General .....	98
<b>Anexo N° 34.</b> Ruc de la Empresa .....	99
<b>Anexo N° 35.</b> Fotos .....	100
<b>Anexo N° 36.</b> Carta Aval .....	101

## INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación denominado “Los Costos de producción y determinación de los precios de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA, del Cantón Santa Elena, parroquia Chanduy, año 2017” hace énfasis en la adopción de un modelo de Costeo por Órdenes de Producción para obtener los costos de los productos, de tal modo que la administración de la empresa cuente con información real y oportuna para el establecimiento de precios de venta que permitan generar rentabilidad adecuada.

La determinación de Costos de los productos a través del tiempo ha sido considerada por empresarios de países del mundo, como un instrumento para la fijación de los precios de venta, de esta manera estiman garantizar la obtención de utilidades. El éxito de dicha técnica está en la correcta distribución y control de los elementos del costo con el fin de obtener costos reales acordes al proceso de elaboración de los productos, esta herramienta sin duda alguna garantiza un margen de utilidad conveniente a la empresa.

La comercialización de los productos del mar por parte de empresas pertenecientes al sector pesquero y la determinación de sus precios de venta por lo general se las realizan, considerando el comportamiento de la demanda y la oferta, en otras palabras usando precios de mercado, omitiendo el uso de técnicas o métodos contables de costos, lo que conlleva a que no exista confiabilidad y seguridad a la hora de conocer si la empresa va a generar rentabilidad y competitividad al ofertar sus productos.

Ecuador es un país privilegiado por la diversidad de riquezas marinas a causa de su ubicación geográfica. Según el Organismo de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2016): “El Ecuador ocupa el puesto veinticinco entre los países pesqueros del mundo, el décimo en la producción de harina de pescado y el primero en Captura de atún”, esta industria genera 24.000 puestos de empleo directos y 120.000 indirectos en toda la cadena de valor.

También para la comercialización de los productos del mar normalmente, tanto el comprador como el vendedor, fijan los precios de venta considerando las siguientes variables: el volumen de producción, la estimación de sus costos, la demanda y el tipo de mercado.

9-MAR NUEVEMARSA es una empresa dedicada a la venta al por mayor de peces pelágicos congelados tales como: pámpano, carita, botella, trompeta, especies que provienen de las Costas del Ecuador a través de los barcos denominados “Chinchorreros”, que son los encargados de abastecer la materia prima y transportados a las instalaciones de la industria, en la que se procede al eviscerado, descabezado y limpieza de los peces, aplicando normas de higiene pertinentes para precautelar la calidad del producto.

La comercialización se realiza en cajas de 10 kilos distribuidos a los diferentes compradores y o intermediarios, quienes son los encargados de trasladar la mercancía hacia cada punto de distribución o consumidor final.

El principal problema que presenta la empresa es la determinación de los costos de producción, éstos son calculados de manera poco técnica y sin considerar la

totalidad de los costos incurridos en el proceso de producción, lo que evidencia que la empresa no cuenta con información confiable de sus costos, ocasionando que se determine los precios de venta sin conocer si la empresa obtendrá pérdidas o ganancias en su proceso de producción.

Actualmente, la empresa determina sus precios de venta, considerando los costos de producción obtenidos de manera poco confiable, y a estos le adiciona un porcentaje de utilidad. También en muchos de los casos se recurre a los precios de mercado y la competencia para fijarlos. La determinación de los precios de las maneras antes descritas no asegura a la empresa que permita cubrir sus costos de: producción, administración, ventas, financieros y finalmente asegurar a la empresa retribuir a sus accionistas utilidades sobre su inversión.

De acuerdo a lo expuesto en la anteriormente se ha formulado la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo determinar eficientemente los precios de ventas a través de los costos de producción en la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA, del Cantón, Santa Elena, parroquia Chanduy, año 2017?, y la sistematización está compuesta por tres interrogantes como: ¿Cuáles son los elementos utilizados para determinar costos y precios en la Empresa?, ¿De qué manera determinan los costos unitarios y precios de ventas la Empresa Pesquera?, y ¿Qué método de costeo y fijación de precios utiliza la empresa?

El objetivo principal de la investigación es valorar los costos de producción para la determinación de los precios de ventas de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA, año 2017. Así mismo se deben efectuar las siguientes tareas científicas:

identificación de los elementos del costo que intervienen en la producción para la determinación de los precios de ventas en la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA, análisis de los procesos para determinar costos unitarios y precios de ventas de los productos de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA y diseño de un modelo de costeo para la determinación de costos unitarios y precios de ventas de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA.

De acuerdo con los criterios y a pronunciados por Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández y María del Pilar Batista se justifica el trabajo de investigación.

Valor teórico: los conceptos relacionados con las variables de estudio generan conocimientos relevantes y son bases fundamentales para el desarrollo de nuevas indagaciones, es necesario resaltar la importancia de los sistemas determinantes de costos y precios de ventas en los productos y el efecto sobre las utilidades de la Empresa.

Conveniencia: El presente trabajo tiene su efectividad al asegurar la obtención de utilidades en la empresa 9-MAR S.A. NUEVEMARSA, pues la adopción de un sistema de determinación de costos y precios, garantizará información de los costos incurridos durante la producción, de éste modo fijar precios de venta convenientes tanto para la empresa como para el cliente, además de posicionarse en los mercados internacionales.

Relevancia: Esta investigación contribuye para que las empresas pertenecientes a la industria pesquera, cuenten con alternativas de fijación de los precios de ventas,

a través de la aplicación de mecanismos de medición para la toma de decisiones oportunas.

Valor práctico: Los sistemas de costeo permiten identificar y distribuir de manera correcta cada uno de los elementos del costo que intervienen en el proceso productivo de las especies marinas de 9-MAR NUEVEMARSA, proporcionando información contable relevante para la fijación adecuada de precios.

Valor metodológico: Mediante este trabajo de investigación la autora demuestra que, con la aplicación del método de costeo por órdenes de producción, la empresa establece precios acordes a los productos industrializados, con el fin de obtener una rentabilidad razonable y a la vez un mejor posicionamiento en el mercado.

El presente trabajo es de carácter descriptivo, debido a que se detallan aquellos factores que intervienen en la fijación de precios de la empresa, además de aplicar métodos teóricos, empíricos y los correspondientes instrumentos de investigación como la entrevista realizada al Gerente General y Contador.

La idea a defender de la investigación puntualiza que a través de un modelo de costeo por órdenes de producción se determinará eficientemente los costos unitarios y precios de ventas de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA, del Cantón Santa Elena, Parroquia Chanduy año 2017.

La investigación está constituida por los capítulos que a continuación se mencionan:

El capítulo I contiene la revisión literaria, análisis de las variables, dimensiones e indicadores y el respectivo fundamento legal.

El capítulo II está estructurado por los tipos de investigación, métodos teóricos y empíricos, definición de población y muestra, además de los instrumentos necesarios para la recolección de información relevante.

El capítulo III se encuentra compuesto por el análisis de las entrevistas, resultados, limitaciones, la propuesta, discusión, conclusiones y recomendaciones.

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1. Revisión de la Literatura

El presente trabajo de investigación destaca la importancia de la medición de los costos de producción y el efecto sobre los precios de ventas, consecuentemente, se ha incidido a la revisión de aportes científicos emitidos por otros autores, para profundizar el tema de estudio.

Según lo señalado por Albán Vallejo (2015), en su artículo científico denominado “El Costo de producción y la fijación de precios en las Microempresas”, ubicadas en la Ciudad de Riobamba de la Provincia de Chimborazo, menciona que el estudio realizado es de carácter descriptivo y explicativo, además del uso de técnicas de campo de tipo experimental y no experimental, coadyuvaron a relacionar los distintos procesos que intervienen en la producción, los resultados obtenidos mencionan el manejo empírico de los costos de producción y los precios son definidos en función de las experiencias adquiridas, a las decisiones de tipo personal y al ambiente de mercado.

De acuerdo a los antecedentes expuestos, el investigador ha propuesto implementar sistemas de costeo y métodos para fijar precios basados en el Costeo Absorbente, herramienta capaz de proporcionar datos confiables a los propietarios de los pequeños negocios, mejorando de tal manera las utilidades operacionales.

Según Abril Flores, Barrera Erreyes, y Mayorga Díaz (2017), en su artículo científico “Los Costos de producción y Fijación de precios en Empresas Artesanales. Caso DAYANTEX” situada en el Cantón Pelileo de la provincia de Tungurahua, tiene como objetivo principal determinar precios para empresas artesanales mediante el correcto uso de los costos de producción, dicho estudio aplicó un enfoque cuali-cuantitativo, el análisis de campo fue realizado en 25 microempresas de este sector, los autores utilizaron encuestas como instrumentos de recolección de datos y revisión de documentos, así determinar los costos exactos para una correcta fijación de precios.

El resultado arrojado en esta investigación es que la administración establece costos empíricos en la distribución de materiales directos utilizados en la producción, esto se debe a la ausencia de un sistema de costeo que brinde información oportuna de los costos incurridos en la fabricación de prendas de vestir “Jeans”, en la investigación se determina que la asignación de los precios y sus márgenes de utilidad se deben a decisiones de la administración.

El estudio permite la aplicación de un sistema de costeo adaptado a las necesidades y objetivos de la empresa, cuyos resultados pueden ser aplicados en empresas de características semejantes.

De acuerdo al aporte por parte del Departamento de Contaduría y Finanzas. Instituto Tecnológico de Sonora (2014), en su artículo científico “Determinación del Costo unitario, una herramienta financiera eficiente en las empresas”, dicha investigación tiene como objetivo principal determinar el costo unitario del producto de una

Panadería y Pastelería situada en la ciudad Obregón, al noroeste de México. El presente trabajo es de carácter descriptivo, puesto que toma un fragmento del objeto de estudio para analizarlo detalladamente, los resultados evidenciaron el desconocimiento de la Contabilidad de Costos y la importancia de determinar los costos reales, conllevando al cálculo empírico.

El autor planteó la implementación de un sistema de contabilidad de costos, para la obtención de información real y oportuna de los costos de producción, así fijar precios competitivos a sus productos, y a la vez incrementar las utilidades.

De acuerdo a lo resaltado por De la Cruz Cañizares y Bajaña Vera (2015), en su trabajo de investigación denominado “Impacto del Sistema de Costo en la Empresa Pesquera CENTROMAR S.A., y su incidencia en la Liquidez y la Rentabilidad”, el objetivo principal fue mejorar el proceso de control interno para garantizar la cuantía de los costos de producción, con la implementación de un monitoreo cabal que facilite el cumplimiento de las políticas y estrategias, esto se llevó a cabo a través de la utilización de métodos tanto deductivo como inductivo, investigación cualitativa y cuantitativa. En los resultados se evidenció que la Empresa CENTROMAR S.A., posee una deficiencia en la administración financiera y un inadecuado control de sus actividades, además de la ausencia de un Sistema de Costeo, provocando que no se cuantifique de manera correcta los costos unitarios incurridos durante el proceso de producción. El autor propuso un análisis comparativo para la mejora de políticas de costeo con la finalidad de incrementar la rentabilidad y mejorar la liquidez de la Pesquera.

## **1.2.Desarrollo de las teorías y conceptos**

Según Reveles López (2017), en su libro denominado Análisis de los elementos del costo, menciona la importancia de la determinación correcta del costo unitario.

El principal objetivo de los costos es la determinación correcta del costo unitario (que es de donde se desprende la gran gama de toma de decisiones, como puede ser la reducción del costo y, por ende, la obtención de utilidades), lo cual trae consigo la información amplia y oportuna, así como el control de las operaciones y de los gastos. Igualmente, la determinación del costo de producción de lo vendido, también ayuda a las políticas de operación de acuerdo con el mercado, el aspecto financiero de expansión, de planeación de utilidades, producir, comprar, mandar a maquilar, etc.

A muchos productos se les fija el precio de venta, tomando como base el costo real o el costo predeterminado, y la utilidad deseada, tal es el caso de artículos especiales o que no están sujetos a la oferta y la demanda.

Una vez determinado el costo unitario, se pueden tomar decisiones tales como: hacer o comprar, fijar normas políticas de explotación, como puede ser:

- ✓ El aprovechamiento de la capacidad productiva por tipo de artículos o líneas, o bien, dejar de producir.
- ✓ Decidir cerrar la fábrica o seguir operando, realizar expansión o contracción o continuar igual.
- ✓ Decidir si determinadas piezas es preferible comprarlas o fabricarlas, e incluso sobre productos terminados.

Las cifras de los costos desarrolladas sobre bases sólidas y cumpliendo con sus objetivos, generalmente se reflejarán en una utilidad efectiva.

### **1.2.1. Variable Independiente: Costos de producción**

El costo es aquel sacrificio monetario que realizan las empresas para lograr un objetivo o beneficio económico futuro. Como lo menciona Laporta Pomi (2016), el costo es: “El valor monetario sacrificado o equivalente, por productos y servicios que se espera, brinden un beneficio corriente o futuro a la organización” (p. 47).

Según el aporte de Cárdenas y Nápoles (2016), en su libro Costos II. La Gestión Gerencial define que: “Costo es el efectivo que se sacrifica para obtener bienes y servicios que se espera, aporten un beneficio actual o futuro para la organización”. (p. 27).

Con base a las aportaciones científicas expuestas por otros autores, el costo es definido como el sacrificio o desembolso efectuado por la organización o directivos, para el logro de beneficios monetarios futuros, este valor sin duda alguna debe ser recuperado debido a que es una inversión efectuada con el fin de obtener ganancias al final del ciclo económico.

Los costos de producción son todos aquellos rubros derivados de la transformación de un bien primario a un producto final. De tal manera lo señala Laporta Pomi (2016), en su libro Costos y Gestión Empresarial.

Es el valor del conjunto de bienes y esfuerzos en que ha incurrido o se va a incurrir o que deben consumos en los centros de producción y/o operativos para

obtener un producto terminado en condiciones de ser entregado al sector comercial. (p. 48)

Según el argumento científico que detalla Arredondo (2015), en su libro Contabilidad y Análisis de Costos.

Los costos de producción son los que se incurren para lograr que los productos manufacturados estén listos para su venta e incluyen:

- a) Costos de materia prima directa
- b) Costos de mano de obra directa
- c) Costos indirectos de producción, conocidos también como gastos de fabricación (GIF) (p. 23)

Con base a las argumentaciones expuestas por los autores los Costos de Producción son todos aquellos elementos utilizados durante el proceso de industrialización del producto y se clasifican en materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación. La identificación de cada uno de estos Costos es fundamental al momento de fijar precios, debido a que cada uno cumple funciones importantes en el desarrollo y transformación del producto.

#### **1.2.1.1. Elementos del Costo**

Los elementos del costo conocidos también como el conjunto de costos utilizados durante la producción, se clasifican en materiales directos, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación. La información que estos generan contribuye a la determinación de precios y planificación de actividades.

#### **1.2.1.1.1. Materia Prima**

Materias primas se denominan a aquellos recursos naturales que utilizan las industrias para la obtención de productos terminados. Según la aportación de Torres Salinas (2002), afirma que: “El primero de los elementos del costo de producción es la materia prima, es decir los materiales físicos que componen el producto” (p. 22).

Según considera Laporta Pomi (2016), en su libro Costos y gestión Empresarial la materias primas son: “Todos aquellos insumos que son identificables y cuantificables en el producto terminado” (p. 52).

Caracterizado como el elemento principal en la producción, la materia prima representa aquellos insumos o materiales sometidos a transformación para dar como resultado productos aptos para el consumo humano. El elemento debe ser plenamente indentificable y medible para determinar el costo final y fijación de precios.

#### **1.2.1.1.2. Mano de Obra**

La mano de obra es el costo del trabajo ejecutado para la fabricación de bienes. Según Bernal (2017), manifiesta que: “Es el esfuerzo físico y mental que realiza el hombre para transformar los materiales en bienes aptos para el consumo” (p. 77).

De tal manera manifiesta Sinisterra Valencia (2006), en su libro Contabilidad de Costos.

La mano de obra representa el esfuerzo del trabajo humano que se aplica en la elaboración del producto. La mano de obra, así como la materia prima, se

clasifican en mano de obra directa e indirecta. La mano de obra constituye el esfuerzo laboral que aplican los trabajadores que están físicamente relacionados con el proceso productivo, sea por acción manual u operando una maquinaria. El costo del esfuerzo laboral que desarrollan los trabajadores sobre la materia prima para convertirla en producto terminado constituye el costo de la mano de obra directa. (p. 35)

Si bien es cierto que la mano de obra es el esfuerzo físico y mental del hombre, su costo se debe calcular en base a términos o políticas establecidas por los directivos y según el tipo de rigor que demanda la obtención del bien.

Para obtener de manera adecuada la distribución y/o prorrateo del costo de la mano de obra directa, es necesario cuantificar cada una de las horas trabajadas por el operario durante la producción de cada lote o pedido de los productos ofertados. En el contexto también menciona a la mano de obra indirecta, la misma que puede ser identificada pero no puede ser cuantificada por lo tanto forma parte del rubro de costos indirectos de fabricación.

### **Clasificación de la mano de obra**

**Mano de obra directa:** este elemento del costo es de gran importancia en la elaboración de productos debido a que interviene de forma directa en la consecución del bien. Ejemplos: obreros.

**Mano de obra indirecta:** es aquel costo derivado del esfuerzo físico y mental, está relacionado indirectamente en la transformación del bien. Ejemplos: guardias y jefes de producción.

**Mano de obra de administración y ventas:** son aquellos desembolsos efectuados por el departamento administrativo como: gerente general, contador y demás directivos.

### **1.2.1.1.3. Costos Indirectos de Fabricación**

Los rubros de costos indirectos de fabricación forman parte de los principales costos de producción, debido a que contribuyen en la fabricación del bien, pero intervienen de forma indirecta en el desarrollo del mismo. De acuerdo a lo señalado por Muñoz Bernal (2017), en su libro *Contabilidad de Costos para la Gestión Administrativa*: “Son todos aquellos que se involucran en el proceso de transformación de la materia prima a productos terminados, pero no manipulan directamente la materia prima a transformar” (p. 78).

De acuerdo a la argumentación científica de Laporta Pomi (2016), en su libro *Costos y Gestión Empresarial* menciona a los costos indirectos de fábrica:

Radica en que, para proceder a su imputación a los productos y/o procesos, se debe recurrir a bases de asignación. Este mismo procedimiento será de aplicación para el caso de determinar los gastos indirectos en general, ya sea a los productos, actividades y/o servicios. (p.34)

Los costos indirectos de fabricación son catalogados como los gastos generales de fábrica, los cuales no intervienen en el proceso productivo de bienes, sin embargo, están relacionados a la consecución de los mismos. Estos costos son difíciles de identificar por lo que la empresa debe recurrir a métodos adicionales de manera que

afecte proporcionalmente el producto que lo amerita y con ello ayudar a la empresa a tomar decisiones sobre la gestión.

### **Clasificación de los costos indirectos de fabricación**

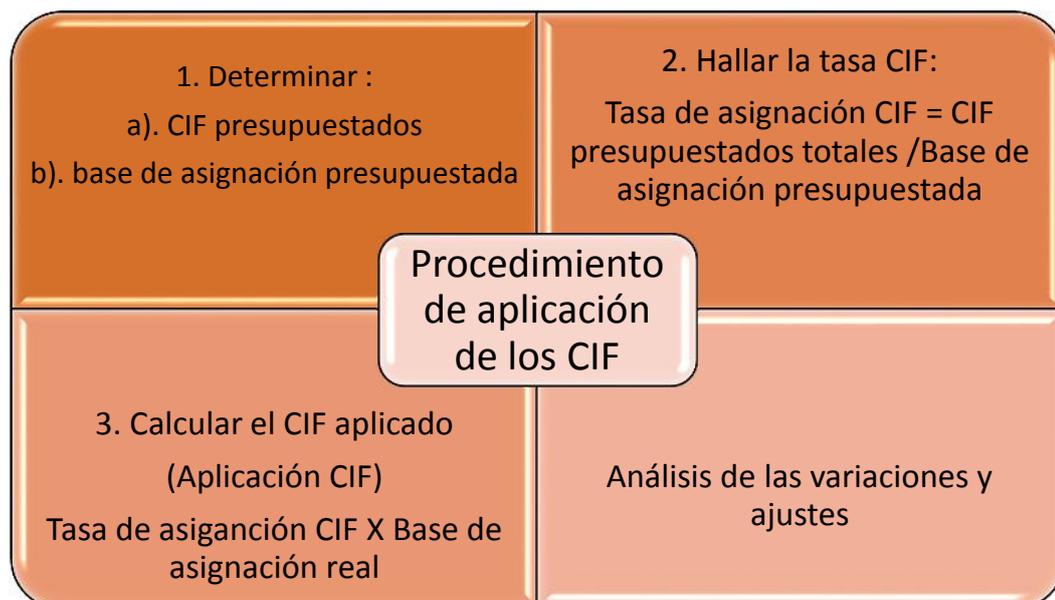
De acuerdo a Rivero (2015), en su libro denominado Costos y Presupuestos menciona la clasificación de los costos indirectos de fabricación.

**Material indirecto:** son aquellos recursos de valores pequeños que no pueden ser distribuidos directamente al producto.

**Mano de obra indirecta:** son aquellos sueldos remunerados al personal que interviene de forma indirecta en la transformación del producto.

**Otros CIF:** Son aquellos desembolsos como depreciaciones, servicios básicos, mantenimiento y alquileres de la empresa.

**Cuadro N° 1.** Procedimiento de aplicación de los CIF



Fuente: Costos y presupuestos (Rivero Zanatta, 2015, p. 142)  
Elaborado por: Carolina Tigrero González

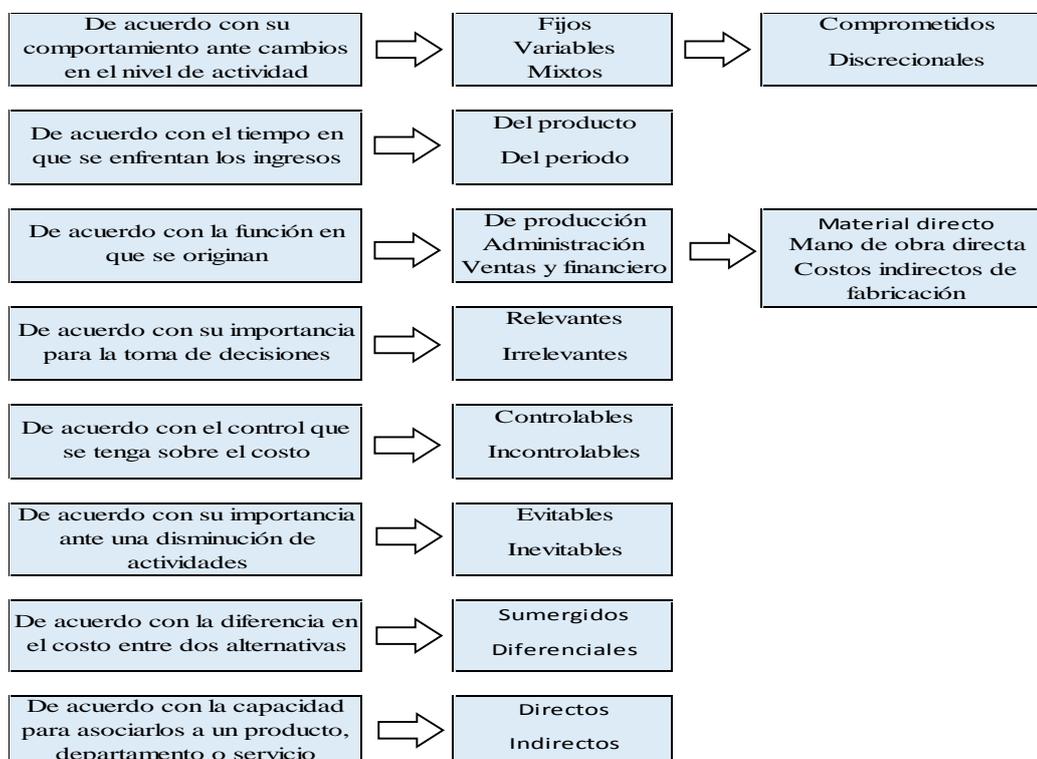
## Base de asignación presupuestarias para los CIF

- ✓ Unidades producidas
- ✓ Horas mano de obra
- ✓ Costo mano de obra directa
- ✓ Costo de los materiales directos
- ✓ Costo primo
- ✓ Horas máquina

### 1.2.1.2. Clasificación de los costos

De acuerdo con Lambretón (2016), en su libro Costos para la toma de decisiones menciona que los costos se clasifican desde la perspectiva en que se observe.

**Cuadro N° 2. Clasificación de los costos**



Fuente: Costos para la Toma de decisiones (Lambretón Torres y Garza Fernández, 2016)  
Elaborado por: Carolina Tigero González

### **De acuerdo con su comportamiento ante cambios en el nivel de actividad**

**Costos fijos.** – Son aquellos costos que permanecen firmes durante la producción, siempre que este valor no sobrepase la capacidad instalada.

**Costos variables.** - Estos costos varían de acuerdo al volumen de producción.

**Costos mixtos.** - Son aquellos compuestos por los costos fijos y variables.

### **De acuerdo con el tiempo en que se enfrentan los ingresos**

**Del producto.** – El costo del producto está conformado por todos los costos derivados de la fabricación del producto.

**Del periodo.** – son todos aquellos generados de la fabricación del producto, pero de forma indirecta, éstos costos son registrados en el estado de resultados integral.

### **De acuerdo con la función en que se originan**

**De producción.** – Están compuestos por los costos de materiales directos, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, los cuales están relacionados directamente con el producto.

**Administración, ventas y financiero.** – Estos costos son generados de los departamentos de administración, ventas y financiamiento. Por ejemplo, en el área de administración existen valores como los salarios, servicios básicos, así mismo el de ventas están los gastos generados por las ventas, pago de sueldos, transporte y fletes, mientras que en los de financiamiento existen los derivados de adquirir préstamos a instituciones financieras.

### **De acuerdo con su importancia para la toma de decisiones**

**Relevantes.** – Son los costos afectados por cualquier decisión que tomen los directivos, por lo que se recomienda realizar un análisis antes de efectuarlos.

**Irrelevantes.** – A diferencia de los relevantes estos permanecen constantes independientemente de las decisiones que realicen.

### **De acuerdo con el control que se tenga sobre el costo**

**Controlables.** – Son todos aquellos costos manipulados por autoridades de mayor rango en la organización.

**Incontrolables.** – Son aquellos costos en los cuales no poseen ninguna influencia o control por parte de las autoridades de turno.

### **De acuerdo con su importancia ante una disminución de actividades**

**Evitables.** – Son aquellos costos que pueden ser identificados y que pertenecen a un solo producto o centro de costo, de modo que si suprime el producto también se eliminaría el costo.

**Inevitables.** – A diferencia de los evitables estos costos permanecen intactos en caso de que desapareciera el producto.

### **Clasificación de acuerdo con la diferencia en el costo entre dos alternativas**

**Sumergidos.** – Son todos aquellos costos que independientemente de la decisión que tome la empresa, directivos o accionistas no se verán afectados, es decir no resultan importantes para la junta.

**Diferenciales.** – Los costos diferenciales son aquellos que suelen incrementarse al momento que la empresa cambia de actividad a otra, de tal manera que representan desembolsos relevantes para la organización.

**De acuerdo a la capacidad para asociarlos a un producto, departamento o servicio.**

**Directo.** – Son aquellos que pueden ser atribuidos a un solo producto o centro de costo.

**Indirecto.** – Este tipo de costo se distribuye para cada uno de los productos o departamento en específico, esto se debe a la capacidad que tiene para asociarse con el producto.

### **1.2.1.3. Sistemas de costos**

El objetivo principal de los sistemas de costeo es acumular todos los costos del producto y generar información confiable para la administración. Según detalla Sinisterra Valencia (2006), En su libro Contabilidad de Costos: “Es el conjunto de normas contables, técnicas y procedimientos de acumulación de datos de costos con el objeto de determinar el costo unitario del producto fabricado, planear los costos de producción y contribuir con la toma de decisiones” (p. 58).

De acuerdo con lo argumentado por Cárdenas y Nápoles (2016), en su libro Costo 1 sobre los sistemas de Costos: “Es un conjunto de normas, procedimientos y técnicas que nos indican la forma en que los costos se cargan al producto

manufacturado, el control de los inventarios y cómo se pueden determinar los valores de la producción”. (p. 46)

Los Sistemas de costos son todos aquellos mecanismos de medición compuestos por normas, procedimientos y técnicas tanto contables como administrativos, empleadas para el control de sus operaciones y determinación de costos unitarios derivados de cada etapa de transformación del producto, con el fin de obtener información relevante para la toma de decisiones oportuna.

#### **1.2.1.3.1. Por órdenes de producción**

El sistema de costeo por órdenes de producción tienen como función principal la aplicación de métodos para el control eficiente de las operaciones productivas. De acuerdo con las aportaciones de Arredondo (2015), en su libro Contabilidad y Análisis de Costos: “En este sistema se puede calcular fácilmente el costo unitario de cada producto fabricado por la empresa, ya que las órdenes o pedidos específicos pueden ser plenamente identificables”.

Para Rincón y Villarreal (2009), en su libro de Costos y Decisiones Empresariales.

Este sistema la unidad de costeo es generalmente un grupo o lote de productos iguales. La fabricación de cada lote se emprende mediante una orden de producción. Los costos se acumulan para cada orden de producción por separado y, la obtención de los costos unitarios es cuestión de una simple división de los costos totales de cada orden, por el número de unidades producidas en dicha orden. (p. 54)

El Sistema de Costeo por Órdenes de producción es caracterizado porque acumula y distribuye los costos incurridos durante el proceso de producción con respecto a cada lote o pedido realizado por el cliente. Tanto el costo de la materia prima como la mano de obra directa son acumulados por cada orden de producción mientras que los costos indirectos de fabricación sus costos son por departamento o área específica para luego ser trasladados a la orden. Una vez en la orden se procede al cálculo del costo unitario.

#### **1.2.1.3.2. Por procesos**

De acuerdo a lo señalado por Arredondo (2015), en su libro Contabilidad y Análisis de Costos: “Este sistema se aplica a empresas manufactureras que producen grandes cantidades de productos similares utilizando la producción en serie. Los costos de materia prima directa, mano de obra y GIF se asignan a los departamentos de producción”.

Conforme a lo argumentado por Rincón y Villarreal (2009), en su libro Costos. Decisiones Empresariales.

En este sistema la unidad de costeo es un proceso de producción. Los costos se acumulan para cada proceso durante un periodo de tiempo dado. El total de costos de cada proceso dividido por el total de unidades obtenidas en cada pedido en el periodo respectivo, nos da el costo unitario en cada uno de los procesos. El costo total del producto terminado es la suma de los costos unitarios obtenidos en los procesos por donde haya pasado el artículo. (p. 55)

El Sistema de costeo por procesos es un instrumento de medición utilizado por empresas manufactureras el cual acumula los costos por cada departamento o centro de costo. Su objetivo principal es determinar la asignación y distribución de los costos efectuados en cada proceso de transformación del bien.

### **1.2.2. Variable Dependiente: precio**

El precio es la cantidad de dinero determinado por los directivos para la obtención de bienes y servicios. Según Limas (2012), resalta que: “El precio del producto es el valor monetario fijado para vender un producto al cliente y/o consumidor” (p. 169).

De acuerdo a López Arrázola (2014), en su libro denominado Precios y Costos en el Marketing Relacional menciona que:

El precio es un importante elemento de posicionamiento; se relaciona en los beneficios como una señal de calidad, ya sea “alta” o “baja”; también puede sugerir status y prestigio; varía en relación directa con la “Medida de Valor”, es decir con la cantidad (porción) ofrecida en cada unidad de venta. (p. 43)

El precio es un indicador monetario que depende estrictamente de la ley de la oferta y la demanda, es decir si la oferta supera a la demanda los directivos optarán por bajar los precios de sus productos para mantenerse en el mercado, en el caso de que la demanda este por encima de la oferta los precios tienden a incrementarse puesto a que el bien es escaso y los consumidores estarían dispuestos a pagar más para comprarlo. Este valor es fijado para la obtención de beneficios y rendimientos.

### 1.2.2.1. Procesos para determinar el precio

A continuación, se detalla el proceso correcto que las empresas deben seguir para la determinación real y rentable de los precios de venta.

**Cuadro N° 3.** Procesos para determinar el precio

<b>1</b>	<b>Seleccionar el objetivo al fijar el precio</b>
<b>2</b>	Determinar la demanda
<b>3</b>	Analizar los costos y precios de la Competencia
<b>4</b>	Seleccionar un método de fijación de precios
<b>5</b>	Seleccionar el precio final

Fuente: Marketing Empresarial: Dirección como estrategia competitiva, (Limas, 2012, p.171)

Elaborado por Carolina Tigrero González

### 1.2.2.2. Determinación de precios

De acuerdo a Pérez (2013), en su aportación científica denominada “Marketing. El precio, tipos y estrategias de fijación” argumenta que:

La determinación del precio es un instrumento de enorme importancia en la empresa puesto que determinará el nivel de ingresos de la compañía y, por tanto, su rentabilidad. La determinación de éste vendrá dada por múltiples factores tanto internos como externos. (p. 6)

De acuerdo con los argumentos científicos de Giraldo Olivero (2016), la fijación de precios está vinculada con: “Clientes, costos y competidores forman un triángulo que no debe perderse de vista en los elementos claves para estudiar cuando se va a fijar el precio” (p. 85)

El precio es el valor económico que debe ser fijado con base al análisis de factores tales como: el cliente, la competencia y los costos. Bajo este análisis y de acuerdo a los objetivos y políticas organizacionales, los directivos deben optar por mecanismos de valoración y control que permitan a la empresa ofertar productos competitivos, garantizando su posicionamiento en el mercado.

#### **1.2.2.2.1. Costos**

Según Horngren (2012), argumenta que: “Los costos afectan los precios porque influyen en la oferta. Cuanto más bajo sea el costo por elaborar un producto, mayor será la cantidad de ese producto que la compañía esté dispuesta a suministrar”. (p. 434)

Los costos suelen ser cada uno de los desembolsos generados por la industria durante el proceso de transformación del bien tales como: materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación. Así pues los costos son los elementos principales tomados para la fijación de precios debido a que estos generan datos e información de los valores que fueron utilizados en la producción.

#### **1.2.2.2.2. Clientes**

El cliente representa por lo general para una organización el principal factor del establecimiento de precios en sus productos. De acuerdo con lo mencionado por Horngren (2012), en su libro denominado Contabilidad de Costos. Enfoque Gerencial “Los clientes afectan los precios gracias a su influencia sobre la demanda por un bien o servicio, con base en factores como las características y la calidad de un producto”. (p. 433)

De tal manera lo argumenta Cuevas Villegas (2012), en su revista contable denominada Fijación de precios. Costo plus y target costing menciona lo siguiente: “Los clientes influyen a través de su efecto en la demanda. El precio siempre ha de mirarse desde los ojos del cliente. Un precio demasiado alto puede llevar al desconocimiento del producto y a buscar sustitutos”. (párr. 4)

El cliente es uno de los factores que influyen generalmente en la fijación de precios de los productos. La demanda del bien depende del gusto y la capacidad que tiene el consumidor para adquirirlo, a causa de esto, la empresa deberá hacer un estudio de los posibles bienes y precios que los consumidores estén dispuestos a costear por la adquisición de un bien o la prestación de un servicio en específico.

#### **1.2.2.2.3. Competencia**

Según lo menciona Cuevas Villegas (2012), en su revista contable: “Todo negocio debe estar pendiente de las acciones de la competencia y sus precios siempre tendrá relación con los de la competencia, en el caso de productos similares y de fácil sustitución” (párr. 5).

La competencia es referida al conjunto de empresas que persiguen un mismo objetivo, es decir la disputa de vender y comercializar un producto en un determinado mercado.

Para la fijación de precios se debe considerar como un factor relevante a la competencia, pues actúa indirectamente en la determinación de precios de bienes y servicios. Las empresas hoy en día analizan las acciones y la capacidad que tienen

éstas para obtener altos índices de utilidad, creando estrategias que ayuden al crecimiento eficaz de su producción.

### 1.2.2.3. Métodos de fijación de precios

Conforme a lo mencionado por Limas (2012), en su libro Marketing empresarial. Dirección como estrategia competitiva: “Un método de fijación de precios es un conjunto de reglas a aplicar para la obtención del nivel final del precio de un producto”.(p. 45)

Como lo menciona el autor, los métodos de fijación de precios son instrumentos claves para establecer valores a los productos, se basa principalmente en reglas a la que la empresa debe someterse para alcanzar el precio correcto y generar determinados márgenes de utilidad. Existen tres métodos de fijación de precios en función de los costos, competencia y mercado.

**Cuadro N° 4. Métodos de fijación de precios**

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
<b>MÉTODO BASADO EN LOS COSTOS</b>	<b>MÉTODO BASADO EN LA COMPETENCIA</b>
* Costo más utilidades	<b>MÉTODO BASADO EN EL MERCADO</b>
*Punto de equilibrio y utilidades	

Fuente: Marketing Empresarial: Dirección como estrategia competitiva, (Limas, 2012, p. 171)

Elaborado por Carolina Tigrero González

#### 1.2.2.4.1. Métodos basados en los Costos

El método de fijación de precio basado en el costo por lo general son los más utilizados por las empresas grandes, debido a su gran aporte y la facilidad de generar valores para la determinación de utilidades . De acuerdo con Limas (2012), en su

Libro Marketing Empresarial. Dirección como estrategia competitiva manifiesta que:

Los métodos de fijación de precios basados en los costos se centran en los datos proporcionados de los productos para este efecto y por eso son los métodos más objetivos y justos. Consisten básicamente en la adición de un margen de beneficios al costo del producto. Desde el punto de vista de marketing, no siempre resultan los más adecuados para la consecución de los objetivos de la empresa. Estos precios son principalmente determinados por objetivos de desempeño financiero de la organización.

Los métodos de fijación de precios basados en los costos se centran en los datos de costos para la fijación del precio de los productos y por eso son los métodos más objetivos y justos. Consisten básicamente en la adición de un margen de beneficios al costo del producto. Desde el punto de vista de marketing, no siempre resultan los más adecuados para la consecución de los objetivos de la empresa. Estos precios son principalmente determinados por objetivos de desempeño financiero de la organización.

A continuación se detalla los métodos en base a los Costos:

- a) **Fijación de precios de costo más margen.**- Es el método de fijación de precios más simple. Consiste básicamente en sumar un margen de utilidad estándar al costo del producto.
- b) **Fijación de precios basada en el punto de equilibrio.**- El punto de equilibrio es aquel en el que el número de unidades del producto vendidas a

un precio dado, es justamente suficiente para cubrir los costos fijos y los costos variables en que se ha incurrido. Cuando los volúmenes de las ventas están sobre el punto de equilibrio la empresa está obteniendo ganancias y cuando los volúmenes de las ventas están por debajo del punto de equilibrio la empresa está obteniendo pérdidas. (p. 177)

Por lo general, estos métodos son los más opcionados y seleccionados por lo empresarios dueños de compañías manufactureras, debido a que consisten en agregar un porcentaje de utilidad a los costos unitarios derivados de los elementos como materiales, mano de obra y costos indirectos, garantizando un rendimiento favorable para la organización y demás directivos.

Los precios son fijados mediante dicho método puesto que permite asegurar a los directivos una utilidad beneficiosa, que garantice al negocio seguir creciendo y posicionarse en el mercado tanto interno como externo.

#### **1.2.2.4.2 Método basado en la Competencia**

Este método se refiere básicamente al precio establecido con base al análisis de los precios de la competencia. Según lo señalado por Limas (2012), en su libro Marketing empresarial. Dirección como estrategia competitiva: “Este método está basado principalmente en analizar el comportamiento de los competidores para fijar el precio, quedando en un segundo lugar el comportamiento del mercado o los costos propios”(p. 40).

De acuerdo a la aportación de Vargas (2014), menciona lo siguiente: “La fijación de precios basadas en la competencia es un método que se usa para determinar el

precio con base al conocimiento de la competencia, sin considerar en gran medida sus costos y la demanda”. (p. 3)

En éste método el precio esta estrictamente influenciado por las decisiones que toman las empresas denominadas “Líderes” dedicadas a la misma actividad económica y de grandes capitales, sin considerar el análisis de los costos incurridos en la fabricación de productos. Debilidades que pueden afectar a la empresa a largo o corto plazo, porque al basarse solo en los precios de la competencia pueden ocasionar errores en la planificación de recursos y actividades imposibilitando la obtención de utilidades.

#### **1.2.2.4.3. Métodos basados en el Mercado**

El método basado en el mercado por lo general no toma en cuenta los elementos del costo de producción sino tienden a fijarse en los precios que circulan dentro del mercado. De acuerdo con lo resaltado por Limas (2012), en su libro Marketing empresarial. Dirección como estrategia competitiva: “Los métodos orientados en el mercado son reactivos en tanto reaccionan a las condiciones de los mercados y se determinan en función de las metas de mercadeo de la organización”.

Según las argumentaciones expuestas por el autor, el método basado en el mercado está relacionado con los objetivos de mercadeo de la organización y el ambiente del mercado, es decir sirve para adaptar el precio de venta de los productos a la demanda existente como también a los objetivos o metas de la organización. Este método es de gran ayuda para la empresa sin embargo, solo toma como referencia las decisiones del mercado y no a los medios internos, hecho que genera inseguridad

al momento de conocer la situación real de la empresa imposibilitando la fijación de precios adecuada.

### **1.3. Fundamentos sociales, psicológicos, fisiológicos y legales.**

#### **1.3.1. Fundamentación Legal**

Este trabajo de investigación referente a costos y precios de ventas se fundamenta en las siguientes apreciaciones legales.

(Constitución de la República del Ecuador, 2008), en su capítulo cuarto, soberanía económica, sección primera, sistema económico y política económica, artículo 283 señala lo siguiente:

El sistema económico es social y solidario: reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objeto garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibilitan el buen vivir. (p. 140)

(Constitución de la República del Ecuador, 2008), en su capítulo sexto, trabajo y producción, sección cuarta, democratización de los factores de producción, artículo 334 estipula lo siguiente.

El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de la producción, para lo cual le corresponderá:

3 Impulsar y apoyar el desarrollo y difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción.

4 Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado. (p. 156)

(Código Orgánico de Comercio Producción e Inversiones, 2010) en su título III de las medidas de defensa comercial. Capítulo I, artículo 88 defensa comercial menciona:

El Estado impulsará la transparencia y eficiencia en los mercados internacionales y fomentará la igualdad de condiciones y oportunidades. A) Restringir las importaciones o exportaciones de productos por necesidades económicas sociales de abastecimiento local, estabilidad de precios interno, o de protección a la producción nacional y a los consumidores nacionales (p. 22)

(Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2017), en su capítulo III. Acción del Estado y ayudas públicas. Sección I. Acción del Estado. Artículo 32.

Autorización excepcional reservada al Ejecutivo. - Corresponde a la función ejecutiva, de modo excepcional y temporal, mediante Decreto Ejecutivo, la definición de políticas de precios necesarias para beneficio del consumo popular, así como para la protección de la producción nacional y sostenibilidad de la misma.

El sector agroalimentario se podrá establecer mecanismos para la determinación de precios referenciales. (p. 27)

(Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno, 2015) en su artículo 85 del método del costo adicionado señala lo siguiente:

Determina el precio de venta de un bien o de la prestación de un servicio, entre partes relacionadas, multiplicando del costo del bien, del servicio, o de la operación de que se trate, a partes independientes, por el resultado de sumar, a la unidad, el porcentaje de la utilidad bruta que hubiere sido obtenido con o entre partes independientes en operaciones comparables. (p. 75)

(Ley de Acuicultura y Pesca del Ecuador, 2017), dentro de las normas especiales para pesca artesanal. Artículo 53, señala lo siguiente: Fondo de Fomento Pesca Artesanal. Créase el fondo de Fomento para la Pesca Artesanal dependiente del Ente Rector, cuyo destino será, entre otros, el fomentar y promover los siguientes aspectos.

A continuación, se menciona lo siguiente:

- a) La comercialización interna de los productos pesqueros y la administración de los centros de producción.
- b) El desarrollo productivo de los pescadores artesanales y sus organizaciones
- c) Emprendimiento de actividades alternativas a la pesca artesanal (piscicultura, maricultura), para fomentar la producción y recuperación de las especies nativas en las comunidades pesqueras. (p. 21)

Plan Nacional de desarrollo 2017-2021. Toda una vida (2017), dentro de los Objetivos Nacionales e Desarrollo, eje 2 economía al servicio de la sociedad menciona lo siguiente:

El sistema económico, por definición constitucional, es una economía social solidaria. Dentro de este sistema económico interantúan los subsistemas de la economía pública, privada, popular y solidaria. No se puede entender la economía sin abarcar las relaciones entre los actores económicos de estos subsistemas, que son de gran importancia y requieren incentivos, regulaciones y políticas que promuevan la productividad y la competitividad. (p. 72)

## **CAPÍTULO II**

### **MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **2.1. Tipo de Investigación**

##### **2.1.1. Investigación Descriptiva**

La investigación es tipo descriptiva con idea a defender, puesto que detalló las principales características de los fenómenos en los que estuvo inmerso el problema de estudio. El autor describió aquellos elementos influyentes en la determinación de costos y precios de venta de los productos ofertados por 9-MAR NUEVEMARSA, el proceso productivo del pescado, las normativas a las que se rigen y las herramientas contables necesarias para llevar a cabo el trabajo de titulación.

#### **2.2. Método de investigación**

##### **2.2.1. Métodos Teóricos**

###### **2.2.1.1. Método Deductivo**

El método deductivo es una forma de construir el conocimiento científico, puesto a que va desde lo general (teorías y criterios) hasta llegar a lo específico o concreto, la investigación hizo hincapié en la importancia de determinar costos unitarios reales por medio de técnicas de costeo en los productos fabricados y proporcionar un precio adecuado y rentable para el incremento de utilidades.

## **2.2.2 Métodos Empíricos**

### **2.2.2.1. Observación**

La observación es un método de investigación empleado para el análisis de los hechos acontecidos y los hechos posteriores con la finalidad de alcanzar la objetividad. Este método de investigación fue propicio para obtener conocimientos sobre la situación atravesada por 9-MAR NUEVEMARSA, luego de la recopilación de la información se procedió al respectivo análisis.

### **2.2.2.2. Entrevista**

La Entrevista es uno de los métodos de investigación utilizados por los investigadores para la obtención de información directa. Este tipo de instrumento se dirigió al Gerente y Contador General de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA, situada en la Parroquia Chanduy, de la Provincia de Santa Elena, estructurado con preguntas particulares relacionadas con las variables de investigación, dimensiones e indicadores, que coadyuvaron a obtener información relevante y concreta para profundizar el tema de investigación.

## **2.3. Diseño de muestreo**

### **2.3.1. Población**

La población es definida como el conjunto de individuos que serán objeto de estudio. Según Hernández Sampieri (2014), afirma que la población es el: “Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”.  
(p. 174)

La población inmersa en el trabajo de investigación de Costos de producción y la determinación del precio de venta estuvo constituida por el Gerente y Contador General de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA.

**Tabla N° 1. Población**

<b>POBLACIÓN</b>	<b>NO. DE PARTICIPANTES</b>
Gerente General	1
Contador General	1
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>

**Fuente: 9-MAR NUEVEMARSA**

**Elaborado por: Carolina Tigreiro González**

#### **2.4. Diseño de recolección de datos**

Para el desarrollo de la investigación se recurrió a libros de Contabilidad de Costos, Contabilidad General, Marketing Empresarial, etc., también se recolectó información por medio de varios artículos científicos, revistas científicas y además de la revisión de normativas vigentes con el fin de obtener conocimientos y realizar las respectivas entrevistas para las personas involucradas en el desarrollo del trabajo de investigación.

##### **2.4.1. Guía de entrevista**

La Guía de entrevistas fue estructurada por un conjunto de interrogantes diseñadas para el alcance de los objetivos de la investigación. La información recaudada y seleccionada brindó datos necesarios para el respectivo análisis y la interpretación de resultados, este instrumento de recolección aportó de manera significativa para el desarrollo del proyecto de titulación.

## **CAPÍTULO III**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **3.1. Análisis de Datos**

En este capítulo se procede a efectuar el análisis de los resultados obtenidos de la recolección de datos derivados de las entrevistas realizadas al Contador General Sr. Jacinto Alvarado y el Contador General Srta. Grace Patiño, quienes proporcionaron información relevante de los costos que intervienen en el proceso productivo y fijación de precios de los productos congelados.

#### **Entrevista Contador General de 9-MAR NUEVEMARSA**

##### **1.- ¿Conoce qué porcentaje del total de costos de producción representa la materia prima?**

La materia prima que considera la empresa son los peces pelágicos, hielo y cajas, representa en porcentajes del total de costos de producción entre los 60 a 70%. Es necesario resaltar que el costo de materia prima suele variar de acuerdo a los factores como: temporada, vedas entre otros. La materia prima es el elemento más importante en la producción por lo tanto su adquisición debe regirse a estrictas normas de higiene y seguridad procurando sobre todo la calidad.

##### **2.- ¿De qué manera se carga el costo de la mano de obra directa al costo total de la producción entregada?**

El costo de la mano de obra es igual al sueldo básico unificado y es cancelado al final del mes. Por lo tanto, la empresa realiza una serie de cálculos empíricos para

asignar costos por este concepto, ocasionando que no se conozcan los costos reales por cada producción.

**3.- ¿De qué manera se asignan los costos indirectos de fabricación para la determinación de los Costos Totales?**

Actualmente la empresa para determinar sus precios solo toma como referencia los costos generados por concepto de materia prima indirecta, mano de obra indirecta, costos indirectos de fabricación sin considerar los gastos por depreciación, servicios básicos, mantenimiento y combustibles. Estos costos no son exactos debido a que no se consideran la totalidad de los mismos, impidiendo el coste real y establecimiento de precios oportunos.

**4.- ¿La empresa antes de fijar sus precios evalúa los precios de venta de la Competencia?**

Según la argumentación del entrevistado la empresa fija sus precios evaluando los establecidos por los competidores, debido a que son empresas grandes y de mayores influencias en el mercado, creando de esta manera estrategias y pequeñas ventajas para comercializar su producto y por ende mantenerse en el mercado.

**5.- ¿Cree usted factible la utilización de métodos de fijación de precios con base al costo más margen?**

De acuerdo a lo mencionado por el entrevistado el costo es la base fundamental para la fijación de precios y si se adiciona un margen de utilidad notoriamente traerá beneficios económicos para la empresa.

**6.- ¿Considera usted que la aplicación del Sistema de Costeo por órdenes de producción permitirá obtener costos unitarios para la determinación de precios viables y competitivos en los productos de su Empresa?**

La empresa necesita de herramientas eficaces que ayuden al manejo oportuno de las actividades, tener una mejor organización y control en los costos utilizados durante la producción. Cabe mencionar que la empresa produce según el pedido deseado por el cliente y debe costear por órdenes específicas.

**7.- ¿Cree usted que el Sistema de Costeo por procesos garantizará la obtención de costos unitarios y la determinación de precios reales y rentables?**

Los sistemas de costeo por procesos son medios utilizados para obtener costos unitarios para la fijación de precios, pero en este caso la empresa no posee muchos procesos y no se logrará costear los insumos, cabe mencionar que la empresa se maneja por pedidos y no por centro de costo.

## **Entrevista al Gerente General de 9-MAR NUEVEMARSA**

### **1.- ¿La Empresa realiza un costeo adecuado para la determinación de sus precios?**

Actualmente la empresa para determinar sus precios de ventas, toma como referencia los costos generados por concepto de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, los cuales son calculados empíricamente, además de recurrir a los precios fijados por la competencia y mercado. Estos costos no son exactos por lo que carecen de un mecanismo de medición que le permita cuantificar de manera correcta sus desembolsos efectuados durante la producción.

### **2.- ¿Los precios que actualmente fija la empresa cubren la totalidad de los costos y permiten obtener cierto margen de utilidad?**

De acuerdo a la argumentación del entrevistado, el precio no alcanza a cubrir la totalidad de los costos, debido a las fluctuaciones del costo del pescado y por ende la utilidad obtenida es muy baja, en algunos casos han enfrentado pérdidas.

### **3.- ¿Qué método de valoración utiliza para determinar precios a sus productos?**

La empresa hasta el momento no posee ningún método de fijación de precios, ellos establecen precios de acuerdo a los costos empíricos calculados y recurren a los precios del mercado y competencia para fijarlos.

### **4.- ¿Qué opina usted del método en función de la competencia?**

Este método es utilizado por la empresa, debido a que en ocasiones ha resultado muy efectivo, esto se debe a la utilización de los criterios de otras compañías y la

metodología para la fijación de sus precios. Sin embargo, no garantizan la seguridad de obtener al término del periodo utilidades.

**5.- ¿Para la fijación de precios de la empresa se toman como referencia la demanda y la oferta?**

Para fijar precios es indispensable realizar un estudio de mercado debido a la necesidad de conocer el gusto y preferencia de los consumidores, además del poder adquisitivo que tienen estos sobre los productos.

**6.- ¿Está usted de acuerdo que la utilización de Sistemas de costos permitirá determinar costos unitarios y precios reales de tal manera que incremente las utilidades de su empresa?**

Como lo menciona el gerente general un sistema de costos es una herramienta que va a permitir a la organización cumplir con los objetivos y metas deseadas. La empresa sobre todo requiere de datos específicos de los costos para tomar decisiones que van a llevar al negocio por buen camino, sin dejar de lado los factores externos.

### **3.2. Limitaciones**

Las limitaciones que existieron es el corto tiempo de disponibilidad por parte del Gerente, pues el trabajo que realiza requiere de toda la atención para alcanzar el éxito, además de los constantes viajes desde la parroquia Santa Rosa hacia la localidad de Chanduy. La información fue proporcionada por la Contadora General de 9-MAR NUEVEMARSA, quien tuvo la gentileza de proporcionar datos sobre

los diferentes costos incurridos durante del proceso productivo de cada especie de pelágico.

### **3.3. Resultados**

- ✓ De acuerdo a los resultados arrojados se evidenció que la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA, desconoce los costos reales de cada uno de elementos utilizados durante el proceso productivo del pescado, realizando un costeo de tipo empírico.
- ✓ No poseen los respectivos controles de materiales directos, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, es decir existe la ausencia de Sistemas de Costeo.
- ✓ Los precios se fijan de acuerdo a los costos empíricos, competencia y mercado, los cuales pueden o no ser confiables. Los precios también son fijados por conveniencia y no por un método que permita acentuar precios exactos y reales.

#### **3.3.1. Análisis de la situación actual de 9-MAR NUEVEMARSA**

Al realizar el análisis de la situación actual, como hallazgos se encontró que la empresa no incluye para el cálculo de sus costos totales de producción todos los elementos que intervienen en su proceso productivo para la determinación de sus costos totales y unitarios. Es importante resaltar que en la determinación de los costos de producción de la compañía se incluía como materia prima a el hielo y a las cajas utilizadas para el empaquetado del producto, siendo estos partes de los costos indirectos de fabricación. Además, es importante mencionar que los costos

de la mano de obra directa no son asignados y/o prorateados técnicamente a cada una de las órdenes de producción. En relación a los costos indirectos de fabricación también se evidenció que los materiales indirectos y mano de obra indirecta no eran asignados y/o prorateados técnicamente a cada una de las ordenes de producción, también la autora determinó que algunos rubros de estos costos no eran considerados como tal, entre ellos se encuentran las depreciaciones, servicios básicos, mantenimiento, combustibles y lubricantes que constituyen costos indirectos.

A continuación, en los siguientes cuadros se muestran, los costos de producción totales por cada producto, obtenidos actualmente por la empresa, así como los precios de ventas calculados en función de dichos costos.

**Tabla N° 2. Costos de producción totales por producto**

9-MAR NUEVEMARSA

Expresado en USD

Producto	Materia prima directa			Total	Mano de obra directa	CIF		Costo Total
	Pescado	Hielo	Cajas			MPI	MOI	
Carita Congelada (1500 cajas de 10	21,120.00	285.00	7,500.00	28,905.00	818.20	3,000.00	546.74	33,269.94
Botella Congelada (1000 cajas de 10	7,040.00	189.00	5,000.00	12,229.00	818.20	2,990.00	546.74	16,583.94
Trompeta Congelada (2000 cajas de 10	49,280.00	378.00	10,000.00	59,658.00	818.20	2,900.00	546.74	63,922.94
Pámpano Congelada (1500 cajas de 10	42,240.00	285.00	7,500.00	50,025.00	818.20	3,100.00	546.74	54,489.94

**Fuente: Proceso de investigación**

**Elaborado por: Carolina Tigrero González**

**Tabla N° 3.** Costos totales y unitarios, y precios de ventas

**9-MAR NUEVEMARSA**

**Expresado en USD**

<b>Costo Total</b>	<b>Cajas unidades</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Margen de utilidad del 25%</b>	<b>Precio actual</b>
33,269.94	1,500.00	22.18	5.54	27.72
16,583.94	1,000.00	16.58	4.15	20.73
63,922.94	2,000.00	31.96	7.99	39.95
54,489.94	1,500.00	36.33	9.08	45.41

Fuente: Proceso de investigación  
 Elaborado por: Carolina Tigrero González

**Flujograma del proceso productivo de la empresa**

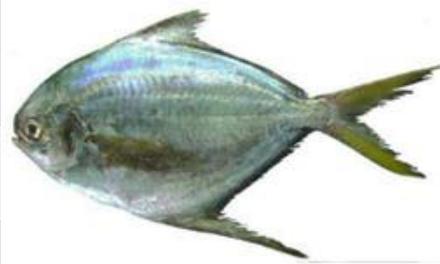
**Figura N° 1.** Flujograma del proceso productivo de la empresa



Fuente: Proceso de investigación  
 Elaborado por: Carolina Tigrero González

A continuación, se muestran los peces pelágicos de mayores ingresos para la empresa y distribuidos en cajas de 10 kilos.

**Cuadro N° 5.** Tipos de especies de mayores ingresos

<b>TIPOS DE ESPECIES</b>	
<b>PÁMPANO</b>	
Cajas de 10 Kilos	
<b>BOTELLA</b>	
Cajas de 10 Kilos	
<b>TROMPETA</b>	
Cajas de 10 Kilos	
<b>CARITA</b>	
Cajas de 10 Kilos	

Fuente: Proceso de investigación  
 Elaborado por: Carolina Tigrero González

### 3.4. Propuesta

Diseñar un modelo de costeo por órdenes de producción, para la determinación de costos unitarios y precios de ventas de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA.

#### 3.4.1. Descripción de la Empresa

9-MAR NUEVEMARSA fue constituida el 7 de agosto del 2008, actualmente se encuentra administrada por el Gerente y Contador General, dicha planta cuenta con instalaciones en condiciones favorables apto para realizar sus actividades cotidianas de forma eficiente.

**Cuadro N° 6.** Ficha técnica de la empresa

<b>FICHA TÉCNICA</b>	
<b>Razón social de la Empresa</b>	9-MAR NUEVEMARSA
<b>Ubicación</b>	Cantón Santa Elena, Parroquia Chanduy, solar 1
<b>Actividad</b>	Venta al por mayor de productos de la pesca
<b>Sector</b>	Pesca
<b>Trabajadores</b>	Directivos, administrativos y obreros

Fuente: Proceso de investigación  
Elaborado por: Carolina Tigrero González

### **3.4.1. Objetivos de la Propuesta**

#### **3.4.1.1. Objetivo General**

Determinar un modelo de Costos por Órdenes de Producción para la determinación de costos unitarios y precios de ventas de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA.

#### **3.4.1.2 Objetivos Específicos**

- Identificar cada uno de los elementos del costo que intervienen en la producción de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA.
- Determinar el costo unitario de cada producción a través de la utilización de hoja de costos para el establecimiento de precios reales de la Empresa Pesquera.
- Fijar precios de ventas razonables por medio del método basado en el costo más margen, competencia y mercado para la obtención de utilidades deseadas.

### **3.4.2. Descripción de la propuesta**

La propuesta del trabajo de investigación “Costos de producción y determinación de los precios de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA, del Cantón Santa Elena, parroquia Chanduy año 2017”, tiene como objetivo principal diseñar un mecanismo de medición denominado “Modelo de Costeo por órdenes de producción”, el mismo que proporcionará información confiable de los materiales directos, mano de obra directa y los costos indirectos de fábrica, generando información contable que permita la determinación real de sus costos de producción y a la vez fijar precios,

con el fin de asegurar una rentabilidad favorable, además de la utilización óptima de los recursos y la toma de decisiones oportuna.

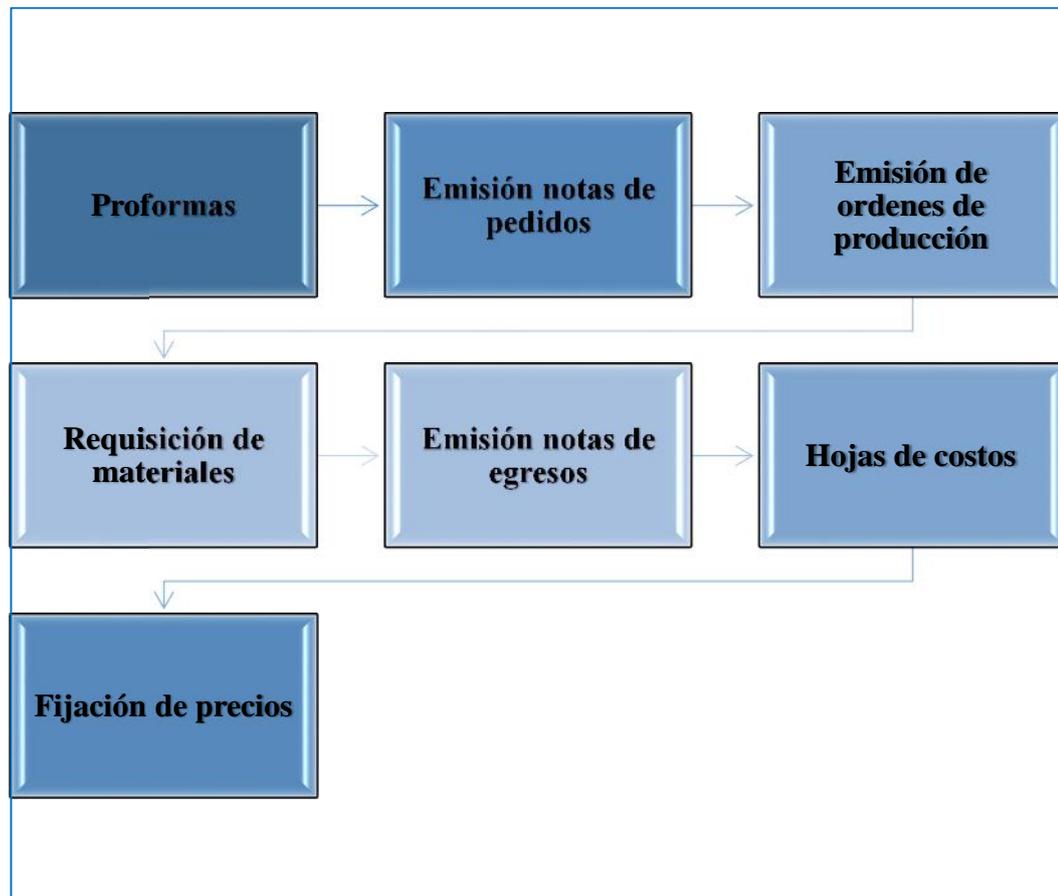
### 3.4.3. Desarrollo de la propuesta

Para el desarrollo de la investigación se ha procedido a elaborar los documentos necesarios para el proceso de costeo y determinación de precios.

A continuación, se visualizan los flujogramas del proceso productivo del pescado y el flujograma del proceso contable recomendado para la empresa.

#### 3.4.3.1. Flujograma del proceso contable de la Empresa

**Figura N° 2.** Flujograma del proceso contable de la empresa



Fuente: Proceso de investigación  
Elaborado por: Carolina Tigrero González

### **3.4.3.2. Identificación y Determinación del costo por producción**

#### **Materia prima**

La materia prima está integrada por los peces pelágicos. Cada producción es vendida en cajas de 10 kilos a los diferentes intermediarios, quienes son los encargados de transportar la mercancía hacia el punto de destino o consumidor final.

En el trabajo de investigación se ha considerado que en el mes hubo un total de 4 producciones de pescados congelados como: *Peprilus medius* (Pámpano), *Selene peruviana* (Carita), *Auxis rochei* (Botella), *Aulostomidae* (Trompeta).

#### **Proforma**

En primer lugar, se realiza la respectiva proforma donde está especificado el tipo de producto que requiere el cliente, la cantidad y el valor a pagar.

En la producción de carita congelada, el cliente requiere 1.500 cajas de 10 kilos cada una equivalente a 15.000 kilos, a un precio de 27,72 USD por caja, costo total del producto es de 41.587,43 USD. Este pedido debe entregarse en 5 días luego de la emisión de la proforma.

Para la producción de botella congelada, el cliente solicita un pedido de 1.000 cajas de 10 kilos por caja, equivalente a 10.000 kilos, a un precio de 20,73 USD por caja, valor total del producto es de 20.729,93 USD. Este pedido debe ser entregado en un plazo de 4 días.

Así mismo en la producción de trompeta congelada, el cliente solicitó un lote de 2.000 cajas de 10 kilos cada una, equivalente a 20.000 kilos, a un precio de 39,95 USD, costo total del producto 79,903.68 USD Este pedido debe ser entregado en 6 días.

Y, en la producción de pámpano congelado, el cliente ha requerido un pedido de 1.500 cajas de 10 kilos cada una, equivalente a 15.000 kilos, a un precio de 45.41 USD, valor total 68,112.43 USD. Pedido que debe ser entregado en 5 días desde la fecha de solicitud.

**Tabla N° 4. Proforma 001 carita congelada**

<b>9-MAR S.A. NUEVEMARSA</b>				
RUC: 09925759720001				
<b>PROFORMA 001</b>				
				
<b>FECHA:</b>	01/10/2018			
<b>CLIENTE:</b>	PACFISH S.A.			
<b>DIRECCIÓN</b>	KM 19,5 VIA A LA COSTA			
<b>TELEFONO:</b>	0950080431			
<b>PRODUCTO</b>	<b>CAJAS</b>	<b>KILOS</b>	<b>P/V</b>	<b>TOTAL</b>
Carita congelada	1500	15000	\$ 27.72	\$ 41,587.43
				<b>TOTAL</b>
				<b>\$ 41,587.43</b>
<b>Total: Veintisiete mil setecientos cincuenta dólares</b>				
<b>Pago: 30% avance y 70% al momento de venta</b>				
				
<b>Cliente</b>				

Fuente: Proceso de investigación  
Elaborado por: Carolina Tigrero González

## Notas de pedidos

Una vez realizadas las proformas, el encargado emite las notas de pedidos para cada una de las producciones e inmediatamente comenzar a producir.

En las respectivas notas de pedido están incluidas la cantidad de cajas de pescado congelado y el peso que equivale cada caja.

**Tabla N° 5.** Nota de pedido 001

<b>9-MAR S.A. NUEVEMARSA</b>		
<b>RUC: 09925759720001</b>		
<b>NOTA DE PEDIDO</b>	<b>001</b>	
<b>PROFORMA: 001</b>		
<b>CLIENTE: PACFISH S.A.</b>		
<b>DIRECCIÓN KM 19,5 VIA A LA COSTA</b>		
<b>PRODUCTO</b>	<b>CAJAS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Carita Congelada	1500	Cajas de 10 kilos
		<b>Cliente</b>

**Fuente:** Proceso de investigación

**Elaborado por:** Carolina Tigrero González

## Orden de producción

A continuación, se procede a realizar la orden de producción por cada pedido que realizan las empresas, donde se detallan el número de cajas, y el peso que equivale cada caja de 10 kilos.

Para el ejemplo de la carita congelada se observa en la nota de pedido la solicitud del cliente, el número de cajas y cuanto equivale cada caja de la especie.

**Tabla N° 6.** Orden de producción 001

<b>9-MAR S.A. NUEVEMARSA</b>		
<b>RUC: 09925759720001</b>		
<b>ÓRDEN DE PRODUCCIÓN 001</b>		
<b>NOTA DE PEDIDO:</b>	001	
<b>CLIENTE:</b>	PACFISH S.A.	
<b>DIRECCIÓN:</b>	KM 19,5 VIA A LA COSTA	
<b>PRODUCTO</b>	<b>CAJAS</b>	<b>PESO</b>
Carita Congelada	1500	15000 kilos
		<b>Responsable</b>

Fuente: Proceso de investigación  
 Elaborado por: Carolina Tigrero González

### Requisición de materiales

Una vez elaborada las ordenes de producción, la empresa debe emitir las correspondientes requisiciones de materiales directos, donde se especifican la cantidad, valor, y costo total de los insumos que van hacer utilizados en la producción. El jefe de área hace una estimación de la cantidad entre hielo y pescado necesario para el proceso productivo de cada especie de pelágico.

A continuación, se muestra el siguiente cuadro de los costos por gaveta de carita, botella, trompeta y pámpano.

**Tabla N° 7.** Costo por gaveta de cada especie pelágico

<b>MATERIA PRIMA</b>				
<b>No.</b>	<b>Pescado</b>	<b>Gaveta</b>	<b>Libras</b>	<b>Costo</b>
<b>1</b>	Carita	1	100	\$ 40.00
<b>2</b>	Botella	1	100	\$ 20.00
<b>3</b>	Trompeta	1	100	\$ 70.00
<b>4</b>	Pámpano	1	100	\$ 80.00

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigrero González

Cada caja de 10 kilos, está integrada por el 80% de pescado y 20% de hielo, tomando como ejemplo la producción de carita congelada se necesitan 12.000 kilos de pescado y 3.000 kilos de hielo, que traducido a libras es 26.400 libras de pescado y 6600 libras de hielo. Para determinar la cantidad de hielo y gavetas que se necesitan para cada producción, se procede a transformar los kilos a libras, debido a que la empresa adquiere la materia prima en gavetas de 100 libras.

**Tabla N° 8.** Cálculo porcentual requerido por producción

<b>Pescado</b>	<b>Cajas</b>	<b>Kilos</b>	<b>Libras</b>	<b>80% Pescado</b>	<b>20% Hielo</b>
<b>Carita congelada</b>	1.500	15.000	33.000	26.400	6.600
<b>Botella congelada</b>	1.000	10.000	22.000	17.600	4.400
<b>Trompeta congelada</b>	2.000	20.000	44.000	35.200	8.800
<b>Pámpano congelado</b>	1.500	15.000	33.000	26.400	6.600

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigrero González

En el siguiente cuadro se visualiza las libras de pescado requeridas para cada producción, la empresa determina el 50% de mermas y el otro 50% de pescado para proceder a cumplir el pedido, en el caso de la carita congelada, es preciso adquirir 52.800 libras de pescado entero que en gavetas representa 528 unidades.

**Tabla N° 9.** Determinación de unidades de gavetas de pescado para cada producción

<b>Libras requeridas</b>	<b>Mermas</b>	<b>Total de libras de pescado</b>	<b>Presentación de gavetas de pescado</b>	<b>Gavetas unidades</b>
<b>26400</b>	26400	52800	100	528
<b>17600</b>	17600	35200	100	352
<b>35200</b>	35200	70400	100	704
<b>26400</b>	26400	52800	100	528

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigrero González

Así mismo se calcula la cantidad de marquetas de hielo necesarias para cada producción.

**Tabla N° 10.** Determinación de unidades de marquetas para cada producción

<b>20% HIELO</b>	<b>Presentación de marquetas de hielo</b>	<b>Marquetas</b>	<b>Unidades</b>
<b>6600</b>	70	94.29	95
<b>4400</b>	70	62.86	63
<b>8800</b>	70	125.71	126
<b>6600</b>	70	94.29	95

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigrero González

**Tabla N° 11.** Requisición de materiales directos 001

9-MAR S.A. NUEVEMARSA					
RUC: 09925759720001					
REQUISICIÓN DE MATERIALES:		001			
ÓRDEN DE PRODUCCIÓN :		001			
DEPARTAMENTO:		BODEGA			
RESPONSABLE:		Carlos Vera			
PRODUCTO	MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Caja de 10 Kls Carita congelada ( 1.500)	Pescado (Carita)	Gavetas	528	\$ 40.00	\$ 21,120.00
TOTAL					\$ 21,120.00
Producción			Responsable		

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigreiro González

### Nota de egreso

Una vez hecho la requisición de materiales se procede a la emisión de notas de egreso por cada orden de producción utilizada. Sustentando el costo de la adquisición de materiales directos.

**Tabla N° 12.** Nota de egreso de materiales directos 001

9-MAR S.A. NUEVEMARSA					
RUC: 09925759720001					
NOTA DE EGRESO		001			
ÓRDEN DE PRODUCCIÓN :		001			
DEPARTAMENTO:		BODEGA			
RESPONSABLE:		Carlos Vera			
PRODUCTO	MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Caja de 10 Kls Carita congelada ( 1.500)	Pescado (Carita)	Gavetas	528	\$ 40.00	\$ 21,120.00
TOTAL					\$ 21,120.00
Producción			Responsable		

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigreiro González

## Resumen de materia prima directa

En el siguiente cuadro se visualiza en forma resumida el costo total por la adquisición de materiales directos.

**Tabla N° 13.** Resumen de materiales directos

<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>	
<b>Expresado en USD</b>	
<b>PRODUCTO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Carita congelada (1500 Cajas de 10 kilos)	21,120.00
Botella congelada (1000 Cajas de 10 kilos)	7,040.00
Trompeta congelada (2000 Cajas de 10 kilos)	49,280.00
Pámpano congelado (1500 Cajas de 10 kilos)	42,240.00
<b>TOTAL</b>	<b>119,680.00</b>

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigreiro González

## Mano de obra directa

La mano de obra directa es el costo del trabajo realizado, en relación al tiempo invertido para la elaboración de un bien. La remuneración básica unificada es el pago que perciben los 6 empleados del área de producción (descabezado, eviscerado, limpieza y empaquetado), debido a que laboran 20 días al mes, cumpliendo 8 horas de arduo trabajo, totalizando 960 horas.

Para determinar el costo de mano de obra por cada producción de carita, botella, trompeta y pámpano congelado, se procede a realizar el rol de pagos de obreros, el mismo que se encuentra visualiza en el Anexo N°. 5.

**Tabla N° 14.** Distribución del costo de la mano de obra directa

<b>9-MAR NUEVEMARSA</b>						
<b>Expresado en UDS</b>						
<b>No.</b>	<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>	<b>Carita</b>	<b>Botella</b>	<b>Trompeta</b>	<b>Pámpano</b>
1	Juan Vera	Operarios	136.37	109.09	163.64	136.37
2	Luis Franco	Operarios	136.37	109.09	163.64	136.37
3	Sergio Rosado	Operarios	136.37	109.09	163.64	136.37
4	Lenin Morales	Operarios	136.37	109.09	163.64	136.37
5	Byron Osorio	Operarios	136.37	109.09	163.64	136.37
6	Cesar Gómez	Operarios	136.37	109.09	163.64	136.37
			818.20	654.56	981.85	818.20

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigrero González

### **Costos Indirectos de Fabricación**

Para la determinación de los costos indirectos de fabricación se consideró los materiales o insumos indirectos, mano de obra indirecta, servicios básicos, depreciación, mantenimiento, combustibles y lubricantes.

Para distribuir de manera adecuada los costos generales de fábrica es necesario aplicar la fórmula que a continuación se detalla.

Costos indirectos de fabricación

$$= (\text{Total de CIF}) / (\text{Base de asignación presupuestada})$$

$$= \text{Tasa de asignación} \times \text{Base de asignación real}$$

El total de los costos indirectos de fabricación Anexo 6, la base de asignación presupuestada y la base de asignación real se encuentran conformada por las horas hombres utilizadas para cada producción, visualizada en el Anexo No. 4.

### Requisición de materiales indirectos

El departamento de producción también realiza la solicitud de materiales indirectos por cada lote o pedido.

Existen materiales indirectos como guantes, mandiles, botas, gavetas y cuchillos, que no pueden ser cargados directamente al producto por lo que se procedió a realizar un prorrateo, tomando en cuenta los meses de vida útil del material. A continuación, se visualiza en el cuadro 32 los cálculos del prorrateo de materiales indirectos.

**Tabla N° 15.** Prorrateo de materiales indirectos

<b>Materiales</b>	<b>Unidades</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>	<b>Vida útil mes</b>	<b>Total mensual</b>	<b>Total de producciones al mes</b>	<b>CIF por producción</b>
Cuchillos	10	\$ 3.00	\$ 30.00	3	\$ 10.00	4	\$ 2.50
Gavetas	150	\$ 8.00	\$ 1,200.00	24	\$ 50.00	4	\$ 12.50
Botas	7	\$ 15.00	\$ 105.00	12	\$ 8.75	4	\$ 2.19
Mandiles	6	\$ 6.00	\$ 36.00	12	\$ 3.00	4	\$ 0.75
Guantes	6	\$ 5.00	\$ 30.00	6	\$ 5.00	4	\$ 1.25
<b>TOTAL</b>	<b>179</b>	<b>\$ 37.00</b>	<b>\$ 1,401.00</b>		<b>\$ 76.75</b>		<b>\$ 19.19</b>

**Fuente:** Proceso de investigación

**Elaborado por:** Carolina Tigero González

En efecto de la distribución proporcional de los materiales indirectos, se procede al traslado de los valores al documento denominado requisición de materiales indirectos para su debido control y registro.

**Tabla N° 16.** Requisición de materiales indirectos 001

9-MAR S.A. NUEVEMARSA				
RUC: 09925759720001				
REQUISICIÓN DE MATERIALES INDIRECTOS: 001				
<b>ÓRDEN DE PRODUCCIÓN :</b> 001 <b>DEPARTAMENTO:</b> BODEGA <b>RESPONSABLE:</b> Carlos Vera				
PRODUCTO	MATERIALES	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Caja de 10 Kls Carita congelada ( 1.500)	Mascarillas	6	\$ 1.00	\$ 6.00
	Hielo	95	\$ 3.00	\$ 285.00
	Cajas	1500	\$ 5.00	\$ 7,500.00
	Cuchillos			\$ 2.50
	Gavetas			\$ 12.50
	Guantes			\$ 1.25
	Botas			\$ 2.19
	Mandiles			\$ 0.75
				<b>TOTAL</b>
	<b>Producción</b>		<b>Responsable</b>	

**Fuente:** Proceso de investigación

**Elaborado por:** Carolina Tigrero González

### Nota de egreso de materiales indirectos

De la misma forma en que se realizaron las notas de egrosos para adquirir los materiales directos, se emitió otras para la requisición de materiales indirectos.

**Tabla N° 17.** Nota de egreso de materiales indirectos 001

<b>9-MAR S.A. NUEVEMARSA</b>				
<b>RUC: 09925759720001</b>				
<b>NOTA DE EGRESO MATERIALES INDIRECTOS 001</b>				
<b>ÓRDEN DE PRODUCCIÓN :</b>		<b>001</b>		
<b>DEPARTAMENTO:</b>		<b>BODEGA</b>		
<b>RESPONSABLE:</b>		<b>Carlos Vera</b>		
<b>PRODUCTO</b>	<b>MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Caja de 10 Kls Carita congelada ( 1.500)	Mascarillas	6	\$ 1.00	\$ 6.00
	Hielo	95	\$ 3.00	\$ 285.00
	Cajas	1500	\$ 5.00	\$ 7,500.00
	Cuchillos			\$ 2.50
	Gavetas			\$ 12.50
	Guantes			\$ 1.25
	Botas			\$ 2.19
	Mandiles			\$ 0.75
				<b>TOTAL</b>
<b>Producción</b>		<b>Responsable</b>		

**Fuente:** Proceso de investigación

**Elaborado por:** Carolina Tigrero González

### Resumen de materiales indirectos

En el cuadro se detalla de manera resumida el costo de la adquisición de insumos indirectos por cada producción.

**Tabla N° 18.** Resumen de adquisición de materiales indirectos

<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>	
<b>Expresado en USD</b>	
<b>PRODUCTO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Carita congelada (1500 Cajas de 10 kilos)	7,810.19
Botella congelada (1000 Cajas de 10 kilos)	5,213.44
Trompeta congelada (2000 Cajas de 10 kilos)	10,403.19
Pámpano congelado (1500 Cajas de 10 kilos)	7,810.19
<b>TOTAL</b>	<b>31,237.00</b>

**Fuente:** Proceso de investigación

**Elaborado por:** Carolina Tigrero González

**Tabla N° 19.** Presupuesto de costos indirectos de fabricación

**9-MAR NUEVEMARSA**

**Expresado en USD**

<b>CIF</b>	<b>TOTAL</b>
Mano de obra Indirecta	2,186.95
Materiales Indirectos	31,237.00
Servicios básicos	225.00
Depreciación	12,330.67
Mantenimiento	500.00
Combustibles y lubricantes	600.00
<b>TOTAL</b>	<b>47,079.61</b>

**Fuente:** Proceso de investigación

**Elaborado por:** Carolina Tigrero González

**Tabla N° 20.** Distribución de los costos indirectos de fabricación

<b>CÁLCULO COSTOS INDIRECTOS DE FRABRICACIÓN</b>					
<b>PRODUCTO</b>	<b>TOTAL CIF</b>	<b>BASE DE ASIGNACIÓN PRESUPUESTADA</b>	<b>TASA DE ASIGNACIÓN CIF</b>	<b>BASE DE ASIGNACIÓN REAL</b>	<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>
Carita congelada (1500 cajas de 10 kilos)	\$ 47,079.61	960	\$ 49.04	240	\$ 11,769.90
Botella congelada (1000 cajas de 10 kilos)	\$ 47,079.61	960	\$ 49.04	192	\$ 9,415.92
Trompeta congelada (2000 cajas de 10 kilos)	\$ 47,079.61	960	\$ 49.04	288	\$ 14,123.88
Pámpano congelado (1500 cajas de 10 kilos)	\$ 47,079.61	960	\$ 49.04	240	\$ 11,769.90

**Fuente:** Proceso de investigación

**Elaborado por:** Carolina Tigrero González

### 3.4.3.3. Resumen Costo total por producción

**Tabla N° 21.** Total de costos de producción

**9-MAR NUEVEMARSA**

**Expresado en USD**

<b>PRODUCTO</b>	<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>	<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>CIF</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
CARITA CONGELADA (1500 Cajas de 10 kilos)	21,120.00	818.20	11,769.90	33,708.11
BOTELLA CONGELADA (1000 Cajas de 10 kilos)	7,040.00	654.56	9,415.92	17,110.49
TROMPETA CONGELADA (2000 Cajas de 10 kilos)	49,280.00	981.85	14,123.88	64,385.73
PÁMPANO CONGELADO (1500 Cajas de 10 kilos)	42,240.00	818.20	11,769.90	54,828.11

**Fuente:** Proceso de investigación

**Elaborado por:** Carolina Tigrero González

### 3.4.3.4. Hojas de costos

Luego de obtener la respectiva información contable de los desembolsos derivados de los elementos del costo incurridos durante el proceso de producción, se procede a adherirlos a las hojas de costos, instrumento utilizado por investigadores para la obtención de costos unitarios de cada producción.

En las hojas de costos son registrados las acumulaciones de los costos, las mismas que se encuentran divididas por cada categoría, donde se detallan cada uno de los materiales utilizados por cada pedido, los costos unitarios y el valor total.

La suma de las tres categorías genera el costo total de la producción, el mismo que es dividido para el total de cajas solicitadas por el cliente, obteniendo como resultado el costo unitario.

**Tabla N° 22.** Hoja de costos 001 carita congelada

EMPRESA 9-MAR NUEVEMARSA					
HOJA DE COSTOS 001					
CLIENTE	PACFISH S.A.				
ARTICULO	CARITA CONGELADA (1500 CAJAS DE 10 KILOS)				
ORDEN DE PRODUCCIÓN	001				
DESCRIPCIÓN	MATERIA PRIMA DIRECTA			MANO DE OBRA	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN
	CANTIDAD	PRECIO	VALOR	DIRECTA	
Pescado (carita)	528	\$ 40.00	\$ 21,120.00	\$ 818.20	\$ 11,769.90
RESUMEN					
MATERIA PRIMA DIRECTA				\$21,120.00	
MANO DE OBRA DIRECTA				\$ 818.20	
<b>COSTO PRIMO</b>				<b>\$21,938.20</b>	
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				\$11,769.90	
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>\$33,708.11</b>	
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>				<b>\$ 22.47</b>	
<b>Jefe de producción</b>					

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigrero González

#### 3.4.3.5. Análisis del costo actual y el costo presupuestado

En el cuadro se analiza la comparación del costo que actualmente determina la empresa y el costo presupuestado por el autor.

Se comprobó que el costo actualmente ofertado por la empresa es mucho más bajo en comparación del costo calculado. Esto es debido que la empresa no consideraba la totalidad de los costos de producción, imposibilitando estimar un precio y una utilidad que permita cubrir la inversión de los directivos de la pesquera.

**Tabla N° 23.** Análisis del costo actual y costo presupuestado

**9-MAR NUEVEMARSA**

**Expresado en USD**

<b>PRODUCTO</b>	<b>COSTO ACTUAL</b>	<b>COSTO PROPUESTO</b>	<b>DIFERENCIA</b>
CARITA CONGELADA (1500 Cajas de 10 kilos)	22.18	22.47	0.29
BOTELLA CONGELADA (1000 Cajas de 10 kilos)	16.58	17.11	0.53
TROMPETA CONGELADA (2000 Cajas de 10 kilos)	31.96	32.19	0.23
PÁMPANO CONGELADO (1500 Cajas de 10 kilos)	36.33	36.55	0.23

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigrero González

#### **3.4.4. Determinación de precios**

Las empresas manufactureras son aquellas que se dedican a transformar la materia prima a producto terminado, siendo el costo el principal indicador de desembolsos generado durante el proceso de transformación e indispensable para la toma de decisiones acertadas.

Para la determinación de los precios se han considerado el método de fijación basado en el costo más margen.

##### **3.4.4.1. Fijación de precios basado en el costo**

Este método consiste en añadir un porcentaje de utilidad al costo unitario determinado de: materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación.

En el recuadro siguiente se observa los costos unitarios de cada orden o pedido de los pelágicos, los mismos que son obtenidos de las respectivas hojas de costos, a

este valor se le adiciona un margen de utilidad del 25%, obteniendo como resultado el nuevo precio propuesto por el autor.

**Tabla N° 24.** Fijación de precios basado en el costo

**9-MAR NUEVEMARSA**

**Expresado USD**

<b>PRODUCTO</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>MARGEN DE 25%</b>	<b>PRECIO PROPUESTO</b>
CARITA CONGELADA (1500 Cajas de 10 kilos)	22.47	5.62	28.09
BOTELLA CONGELADA (1000 Cajas de 10 kilos)	17.11	4.28	21.39
TROMPETA CONGELADA (2000 Cajas de 10 kilos)	32.19	8.05	40.24
PÁMPANO CONGELADO (1500 Cajas de 10 kilos)	36.55	9.14	45.69

**Fuente:** Proceso de investigación  
**Elaborado por:** Carolina Tigrero González

### 3.4.4.1.1. Análisis del precio actual y el precio propuesto

Tabla N° 25. Análisis del precio actual y presupuestado

#### 9-MAR NUEVEMARSA

#### Expresado en USD

PRODUCTO	PRECIO ACTUAL	PRECIO PROPUESTO	DIFERENCIA
CARITA CONGELADA (1500 Cajas de 10 kilos)	27.72	28.09	0.37
BOTELLA CONGELADA (1000 Cajas de 10 kilos)	20.73	21.39	0.66
TROMPETA CONGELADA (2000 Cajas de 10 kilos)	39.95	40.24	0.29
PÁMPANO CONGELADO (1500 Cajas de 10 kilos)	45.41	45.69	0.28

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigrero González

En el siguiente cuadro se analiza los precios que oferta la empresa y los precios propuestos por el autor, donde se puede observar que el precio actual es mucho más bajo a diferencia del precio calculado por medio del modelo de costeo.

La variación en los costos unitarios se debe a que la pesquera no consideraba la totalidad de los costos indirectos de fabricación que utiliza para cada producción.

### 3.4.4.2. Fijación de precios basado en la competencia

El método de fijación de precios basado en la competencia consiste en analizar las estrategias y metodologías utilizadas por las empresas denominadas “líderes”, debido a que poseen mayores influencias en el mercado.

Tomando en cuenta el marco teórico en relación al método antes mencionado, la autora ha realizado un análisis de los precios ofertados por COORPORACIÓN ECUATORIANA DE PESCA AQUABRISAS C.A. y OPUSCULO DEL MAR S.A. OPUMARSA.

A continuación, se muestra un cuadro con el precio sugerido en relación a la competencia.

**Tabla N° 26.** Fijación de precios basado en la competencia

<b>MÉTODO DE FIJACIÓN DE PRECIOS BASADO EN LA COMPETENCIA</b>					
<b>Expresado en USD</b>					
<b>PRODUCTO</b>	<b>PRECIO ACTUAL 9-MAR NUEVEMARSA</b>	<b>AQUABRISAS C.A.</b>	<b>OPUMARSA</b>	<b>PRECIO PROPUESTO</b>	<b>DIFERENCIA</b>
Carita Congelada	27.72	28.00	28.30	28.01	0.28
Botella congelada	20.73	20.90	21.20	20.94	0.21
Trompeta congelada	39.95	40.10	40.40	40.15	0.20
Pámpano congelado	45.41	45.65	45.70	45.59	0.18

**Fuente:** Proceso de investigación

**Elaborado por:** Carolina Tigreiro González

#### **3.4.4.3. Fijación de precios basado en el mercado**

El método de fijación de precios basado en el mercado, es aquel que determina el valor monetario utilizando la psicología del cliente o consumidor, tomando en cuenta el comportamiento de la demanda en relación al producto.

A continuación, se visualiza un cuadro de los productos con mayor demanda e ingresos de la empresa pesquera.

**Tabla N° 27.** Demanda de la producción

<b>DEMANDA DE LA PRODUCCIÓN</b>	
<b>Expresado en Unidades</b>	
<b>PRODUCTO</b>	<b>DEMANDA DE PRODUCCIÓN</b>
Carita Congelada (cajas de 10 kilos)	1500
Botella congelada (cajas de 10 kilos)	1000
Trompeta congelada (cajas de 10 kilos)	2000
Pámpano congelado (cajas de 10 kilos)	1500

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigrero González

En el siguiente cuadro se observa los costos reales de cada producción, precios que actualmente oferta la empresa y la diferencia entre estos dos rubros.

**Tabla N° 28.** Fijación de precios basado en el mercado

<b>MÉTODO DE FIJACIÓN DE PRECIOS BASADO EN EL MERCADO</b>			
<b>Expresado en USD</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>PRECIO ACTUAL 9-MAR NUEVEMARSA</b>	<b>COSTO CALCULADO</b>	<b>DIFERENCIA</b>
Carita Congelada	27.72	22.47	5.25
Botella congelada	20.73	17.11	3.62
Trompeta congelada	39.95	32.19	7.76
Pámpano congelado	45.41	36.55	8.86

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigrero González

Luego de realizar el respectivo cálculo de precios por cada uno de los métodos de fijación antes mencionados, la autora ha determinado que el precio debe ser establecido por medio del método en función del costo y mercado, debido a que son

los más idóneos y los cuales van a permitir a la empresa incrementar las utilidades y retribuir la inversión a los accionistas.

### **3.5. Discusión**

De acuerdo a lo investigado se ha constatado que la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA no realiza un costeo de manera técnica, es decir el manejo y control de sus costos no están calculados de modo que permitan saber con exactitud los costos reales efectuados por cada producción. La consecuencia está en el establecimiento de precios erróneos y poco rentables debido a la falencia de información convincente, provocando la inoportuna toma de decisiones.

De tal manera mencionan De la Cruz Cañizares y Bajaña Vera (2015), en su investigación denominada “Impacto del Sistema de costo en la Empresa Pesquera CENTROMAR S.A., y su incidencia en la liquidez y la rentabilidad”, donde se comprobó una deficiencia en la administración financiera y el ineficiente control de sus actividades, lo que no permite determinar de manera correcta sus costos unitarios provocando obtener niveles bajos de rentabilidad y liquidez.

Se ha realizado el respectivo análisis donde se hace hincapié de cuán importante es llevar un control eficiente y la distribución correcta de los costos utilizados en la producción, debido a que la empresa depende de aquello para realizar una planificación en la utilización de recursos y la obtención de utilidades.

## CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación realizada denominada “Costos de producción y determinación de los precios de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA del Cantón Santa Elena, Parroquia Chanduy, año 2017”. El autor concluye que:

- ✓ La empresa no identifica ni distribuye de manera adecuada los costos por: materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación, conllevando a la obtención de información poco confiable, la misma que es utilizada para el establecimiento de costos unitarios y precios de ventas de los productos pesqueros.
  
- ✓ La empresa pesquera no considera la totalidad de los costos de producción, lo que impide conocer el costo real, generando que los precios no alcancen a cubrir completamente la inversión de la empresa y como consecuencia se hace imposible aumentar su rentabilidad.
  
- ✓ 9-MAR NUEVEMARSA carece de control en sus actividades debido a la ausencia de un Sistema de costeo, encaminando al empirismo, lo que conlleva a realizar cálculos errados y poco relevantes, ocasionando que la empresa no posea la suficiente información contable para la toma de decisiones oportunas.

## RECOMENDACIONES

De acuerdo con la investigación realizada denominada “Costos de producción y determinación de los precios de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA del Cantón Santa Elena, Parroquia Chanduy, año 2017”. El autor recomienda lo siguiente:

- ✓ Identificar y distribuir de manera apropiada los costos incurridos durante la producción de pelágicos congelados, para el correcto costeo y cálculo técnico de los precios de ventas, asegurando a la organización un margen de ganancias deseado.
- ✓ Realizar un análisis de los procedimientos que se llevan a cabo dentro de la empresa en relación a los costos de producción y precios de ventas, con la finalidad de detectar las falencias en el cálculo de los costos unitarios y el establecimiento de precios en los productos pesqueros.
- ✓ Proponer un modelo de costeo por órdenes de producción para el control eficiente de los elementos que incurren en el proceso productivo del pescado, de modo que permita obtener información confiable para el establecimiento de precios razonables de tal manera incrementar la rentabilidad y posicionarse en el mercado interno y externo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abril Flores, J., Barrera Erreyes, H., & Mayorga Díaz, M. (2017). Costos de Producción y Fijación de precios en Empresas Artesanales. Caso de estudio: DAYANTEX. *Revista Publicando*, 541-553.
- Albán Vallejo, V. (2015). El costo de producción y la fijación de precios en las Microempresas. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*.
- Arredondo, M. (2015). *Contabilidad y Análisis de costos*. México: PATRIA.
- Bernal, M. (2017). *Contabilidad de Costos para la Gestión Administrativa*. Milagro: Ediciones Holguín S.A.
- Cárdenas, R., & Nápoles. (2016). *Costos I*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Cárdenas, R., & Nápoles. (2016). *Costos II. La Gestión Gerencial*. México: INSTITUTO MEXICANO DE CONTADORES PÚBLICOS.
- Código Orgánico de Comercio Producción e Inversiones*. (2010). Recuperado el Agosto 30, 2018, de <https://www.aduana.gob.ec>
- Constitución de la República del Ecuador*. (2008). Recuperado el Agosto 15, 2018, de [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp\\_ecu-int-text-const.pdf&ved=2ahUKEwi31prC6\\_bfAhUJ11kKHYTEgQfjAAegQIBhAB&usg=AOvVaw1oJdwpQYz7xramSVuBdy1Q](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf&ved=2ahUKEwi31prC6_bfAhUJ11kKHYTEgQfjAAegQIBhAB&usg=AOvVaw1oJdwpQYz7xramSVuBdy1Q)
- Córdova Segovia, C., & Moreno Moncayo, D. (2017). La Importancia de una buena estrategia de fijación de precios como herramienta de penetración de mercados. *Facultad de las Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño*, 58-68.
- Cuevas Villegas, C. (2012, Junio). Fijación de precios. Costos Plus y target costing. Cali: Estudios Gerenciales.

- De la Cruz Cañizares, E., & Bajaña Vera, L. (2015). Impacto del Sistema de Costo en la Empresa Pesquera Centromar S.A. y su incidencia en la Liquidez y Rentabilidad. *Tesis de grado para ingeniería*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Departamento de Contaduría y Finanzas. Instituto Tecnológico de Sonora. (2014). Determinación del Costo Unitario, una herramienta financiera eficiente en las empresas. *Revista El Buzón de Pacioli*, 19-32.
- Giraldo Olivero, D. (2016). *Gerencia de Marketing*. Barranquilla: ECO EDICIONES.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: MCGRAW-HILL.
- Horngren, C. (2012). *Contabilidad de Costos. Un enfoque gerencial*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Lambretón Torres, V., & Garza Fernández, G. (2016). *Costos para la toma de decisiones*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Laporta Pomi, R. (2016). *Costos y Gestión Empresarial*. Bogotá: ECO EDICIONES.
- Ley de Acuicultura y Pesca del Ecuador*. (2017). Recuperado el Agosto 25, 2018, de <https://www.acuaculturaypesca.gob.ec>
- Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado*. (2017). Recuperado el Agosto 25, 2018, de <https://www.wipo.int>
- Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno*. (2015). Recuperado el Agosto 25, 2018, de <http://www.sri.gob.ec>
- Limas, S. (2012). *Marketing Empresarial: Dirección como estrategia competitiva*. Bogotá: EDICIONES DE LA U.
- López Arrázola, S. (2014). *Precios y Costos en el Marketing Relacional*. Bogotá: Ediciones de la U.

- Muñoz Bernal, M. (2017). *Contabilidad de Costos para la Gestión Administrativa*. Milagro: EDICIONES HOLGUÍN S.A.
- Organismo de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2016). *El Estado Mundial de la Pesca y la acuicultura*. Roma: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.
- Pérez, D. (2013). MARKETING. El precio, tipos y estrategias de precios.
- Plan Nacional de desarrollo 2017-2021. Toda una vida. (2017). *Secretaría Nacional de planificación y desarrollo*. Recuperado el febrero 16, 2019, de [http://www.academia.edu/36043757/Plan\\_Nacional\\_del\\_Buen\\_Vivir\\_2017-2021\\_Toda\\_una\\_vida\\_-\\_Gobierno\\_de\\_Ecuador](http://www.academia.edu/36043757/Plan_Nacional_del_Buen_Vivir_2017-2021_Toda_una_vida_-_Gobierno_de_Ecuador)
- Reveles López, R. (2017). *Análisis de los elementos del costo*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Rincón, C., & Villarreal, F. (2009). *Costos. Decisiones Empresariales*. Bogotá: ECO EDICIONES.
- Rivero Zanatta, J. (2015). *Costos y presupuestos*. Bogotá: UPC.
- Sinisterra Valencia, G. (2006). *Contabilidad de Costos*. Bogotá: ECO EDICIONES.
- Torres Salinas, A. (2002). *Contabilidad de Costos. Análisis para la toma de decisiones*. México: McGraw-Hill.
- Vargas, D. (2014, Noviembre 20). *Fijación de precios basada en la competencia*. Recuperado el Diciembre 21, 2018, de <http://www.hyweoffva2jb/fijación-de-precios-basada-en-la-competencia/>

# ANEXOS

## **Glosario de Términos**

**Costo de la materia prima.** - Son los principales recursos utilizados en la producción, los cuales son sometidos a procesos para la obtención de productos finales.

**Costo directo de mano de obra.** – Son todos aquellos costos provenientes del esfuerzo físico y mental que realizan los empleados que manipulan directamente el producto, los mismos que deben ser medidos por medio técnicas de costeos para su adecuada distribución.

**Costos indirectos de producción.** - Son todos aquellos costos que no están relacionados directamente en la transformación de los productos, pero se encuentran asociados con el proceso productivo.

**Margen bruto.** - Es el excedente obtenido de las ventas del total de costos de los productos que se han vendido en un determinado tiempo.

**Precios.** - Son valores económicos asignados a un producto de acuerdo a la necesidad de la empresa y la intersección del mercado.

**Sistemas de costeo.** - Son herramientas utilizadas para el control, medición y distribución de los costos de producción.

**Producto.** – Su diseño, cualidades, especificaciones, funcionalidad, y demás características intrínsecas son elementos claves de su precio y de su costo.

**Anexo N° 1. Matriz de consistencia**

<b>TÍTULO</b>	<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>IDEA A DEFENDER</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>
Costos de producción y determinación de los precios de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA, del Cantón Santa Elena, Parroquia Chanduy, año 2017.	¿Cómo determinar eficientemente los precios de ventas a través de los costos de producción en la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA, del Cantón, Santa Elena, Parroquia Chanduy, año 2017?,	Valorar los costos de producción para la determinación de los precios de ventas de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA, año 2017	A través de un modelo de costeos por órdenes de producción se determinará eficientemente los costos unitarios y precios de ventas de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA, del Cantón Santa Elena, Parroquia Chanduy año 2017.	Costos de producción	Materia prima directa
	¿Cuáles son los elementos utilizados para determinar costos y precios en la Empresa?	Identificación de los elementos del costo que intervienen en la producción para la determinación de los precios de ventas en la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA.			Mano de obra directa
	¿De qué manera determinan los costos unitarios y precios de ventas la Empresa Pesquera?	Análisis de los procesos para determinar los costos unitarios y precios de los productos de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA.		Fijación de precios	Costos indirectos de fabricación
	¿Qué método de costeos y fijación de precios utiliza la empresa?	Diseño de un modelo de costeos para la determinación de costos unitarios y precios de ventas de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA.			Por órdenes de producción
					Por procesos
					Costos
					Competencia
					Clientes
					En función del costo más margen
					En función del mercado
					En función de la Competencia

**Fuente: Proceso de investigación**

**Elaborado por: Carolina Tigrero González**

## **Anexo N° 2. Entrevista Gerente General**



### **UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**Dirigida: Al Gerente General de 9-MAR NUEVEMARSA**

**Objetivo. – Analizar los elementos influyentes en el proceso de Costeo y determinación de precios de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA**

1. ¿La Empresa realiza un costeo adecuado para la determinación de sus precios?
2. ¿Los precios que actualmente la empresa fija cubre la totalidad de los costos y permiten obtener cierto margen de utilidad?
3. ¿Qué método de valoración utiliza la empresa para determinar precios a sus productos?
4. ¿Qué opina usted del método en función de la competencia?
5. ¿Para la fijación de precios de la empresa se toman como referencia la demanda y la oferta?
6. ¿Está usted de acuerdo que la utilización de un Sistemas de costos permitirá determinar costos unitarios y precios reales de tal manera que incremente las utilidades de su empresa?

### Anexo N° 3. Entrevista Contador General



## **UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**Dirigida: Al Contador General de 9-MAR NUEVEMARSA**

**Objetivo. – Analizar los elementos influyentes en el proceso de Costeo y determinación de precios de la Empresa 9-MAR NUEVEMARSA**

1. ¿Conoce qué porcentaje del total de costos de producción representa la materia prima?
2. ¿De qué manera se carga el costo de la mano de obra directa al costo total de la producción entregada?
3. ¿De qué manera se asignan los costos indirectos de fabricación para la determinación de los Costos Totales?
4. ¿La empresa antes de fijar sus precios evalúa los precios de venta de la Competencia?
5. ¿Cree usted factible la utilización de métodos de fijación de precios con base al costo más margen?
6. ¿Considera usted que la aplicación del Sistema de Costeo por órdenes de producción permitirá obtener costos unitarios para la determinación de precios viables y competitivos en los productos de su Empresa?
7. ¿Cree usted que el Sistema de Costeo por procesos garantizará la obtención de costos unitarios y la determinación de precios reales y rentables?

### Anexo N° 4. Proforma 002 botella congelada

9-MAR S.A. NUEVEMARSA				
RUC: 09925759720001				
PROFORMA 002				
				
FECHA:	8/10/2018			
CLIENTE:	PRODUMAR S.A.			
DIRECCIÓN	VIA GUAYAQUIL -DAULE KM 5,5			
TELEFONO:	0950080431			
<b>PRODUCTO</b>	<b>CAJAS</b>	<b>KILOS</b>	<b>P/V</b>	<b>TOTAL</b>
Botella congelada	1000	10000	\$ 20.73	\$ 20,729.93
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 20,729.93</b>
<b>Total: Veintisiete mil seiscientos cincuenta dólares</b>				
<b>Pago: 30% avance y 70% al momento de venta</b>				
				
<b>Cliente</b>				

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigrero González

### Anexo N° 5. Proforma 003 trompeta congelada

9-MAR S.A. NUEVEMARSA				
RUC: 09925759720001				
PROFORMA 003				
				
FECHA:	15/10/2018			
CLIENTE:	ALPECA			
DIRECCIÓN	FRANCISCO SEGURA S/N			
TELEFONO:	0964378585			
<b>PRODUCTO</b>	<b>CAJAS</b>	<b>KILOS</b>	<b>P/V</b>	<b>TOTAL</b>
Trompeta congelada	2000	20000	39.95	\$ 79,903.68
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 79,903.68</b>
<b>Total: Veintisiete mil seiscientos cincuenta dólares</b>				
<b>Pago: 30% avance y 70% al momento de venta</b>				
				
<b>Cliente</b>				

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigrero González

**Anexo N° 6. Proforma 004 pámpano congelado**

<b>9-MAR S.A. NUEVEMARSA</b>				
<b>RUC: 09925759720001</b>				
<b>PROFORMA 004</b>				
				
<b>FECHA:</b>	22/10/2018			
<b>CLIENTE:</b>	SECBIOS S.A.			
<b>DIRECCIÓN</b>	L DE GARAYCOA 2615			
<b>TELEFONO:</b>	0974528264			
<b>PRODUCTO</b>	<b>CAJAS</b>	<b>KILOS</b>	<b>P/V</b>	<b>TOTAL</b>
Pámpano Congelado	1500	15000	\$ 45.41	\$ 68,112.43
				<b>TOTAL \$ 68,112.43</b>
<b>Total: Veintisiete mil setecientos cincuenta dólares</b>				
<b>Pago: 30% avance y 70% al momento de venta</b>				
				
<b>Cliente</b>				

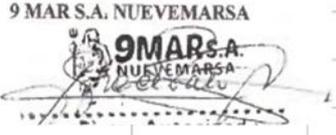
Fuente: Proceso de investigación  
 Elaborado por: Carolina Tigrero González

**Anexo N° 7. Nota de pedido 002**

<b>9-MAR S.A. NUEVEMARSA</b>		
<b>RUC: 09925759720001</b>		
<b>NOTA DE PEDIDO 002</b>		
<b>PROFORMA: 002</b>		
<b>CLIENTE: PRODUMAR S.A.</b>		
<b>DIRECCIÓN: VIA GUAYAQUIL -DAULE KM 5,5</b>		
<b>PRODUCTO</b>	<b>CAJAS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Botella congelada	1000	Cajas de 10 kilos
		
<b>Cliente</b>		

Fuente: Proceso de investigación  
 Elaborado por: Carolina Tigrero González

Anexo N° 8. Nota de pedido 003

<b>9-MAR S.A. NUEVEMARSA</b>			
<b>RUC: 09925759720001</b>			
<b>NOTA DE PEDIDO 003</b>			
<b>PROFORMA: 003</b>			
<b>CLIENTE: ALPECA</b>			
<b>DIRECCIÓN FRANCISCO SEGURA S/N</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>CAJAS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	
Trompeta congelada	2000	Cajas de 10 kilos	
		<b>Cliente</b>	

Fuente: Proceso de investigación  
Elaborado por: Carolina Tigrero González

Anexo N° 9. Nota de pedido 004

<b>9-MAR S.A. NUEVEMARSA</b>			
<b>RUC: 09925759720001</b>			
<b>NOTA DE PEDIDO 004</b>			
<b>PROFORMA: 004</b>			
<b>CLIENTE: SECBIOS S.A.</b>			
<b>DIRECCIÓN L DE GARAYCOA 2615</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>CAJAS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	
Pámpano Congelado	1500	Cajas de 10 kilos	
		<b>Cliente</b>	

Fuente: Proceso de investigación  
Elaborado por: Carolina Tigrero González

Anexo N° 10. Orden de producción

<b>9-MAR S.A. NUEVEMARSA</b>		
<b>RUC: 09925759720001</b>		
<b>ÓRDEN DE PRODUCCIÓN 002</b>		
<b>NOTA DE PEDIDO:</b>	002	
<b>CLIENTE:</b>	PRODUMAR S.A.	
<b>DIRECCIÓN</b>	VIA GUAYAQUIL -DAULE KM 5,5	
<b>PRODUCTO</b>	<b>CAJAS</b>	<b>PESO</b>
Botella congelada	1000	10000 kilos
		<b>Responsable</b>

Fuente: Proceso de investigación  
Elaborado por: Carolina Tigrero González

Anexo N° 11. Orden de producción 003

<b>9-MAR S.A. NUEVEMARSA</b>		
<b>RUC: 09925759720001</b>		
<b>ÓRDEN DE PRODUCCIÓN 003</b>		
<b>NOTA DE PEDIDO:</b>	003	
<b>CLIENTE:</b>	ALPECA	
<b>DIRECCIÓN</b>	FRANCISCO SEGURA S/N	
<b>PRODUCTO</b>	<b>CAJAS</b>	<b>PESO</b>
Trompeta congelada	2000	20000 kilos
		<b>Responsable</b>

Fuente: Proceso de investigación  
Elaborado por: Carolina Tigrero González

Anexo N° 12. Orden de producción 004

<b>9-MAR S.A. NUEVEMARSA</b>			
<b>RUC: 09925759720001</b>			
<b>ÓRDEN DE PRODUCCIÓN 004</b>			
<b>NOTA DE PEDIDO:</b>	004		
<b>CLIENTE:</b>	SECBIOS S.A.		
<b>DIRECCIÓN:</b>	L DE GARAYCOA 2615		
<b>PRODUCTO</b>	<b>CAJAS</b>	<b>PESO</b>	
Pámpano Congelado	1500	15000 kilos	
			<b>Responsable</b>

Fuente: Proceso de investigación  
Elaborado por: Carolina Tigrero González

Anexo N° 13. Requisición de materiales directos 002

<b>9-MAR S.A. NUEVEMARSA</b>						
<b>RUC: 09925759720001</b>						
<b>REQUISICIÓN DE MATERIALES 002</b>						
<b>ÓRDEN DE PRODUCCIÓN : 002</b>						
<b>DEPARTAMENTO:</b> BODEGA						
<b>RESPONSABLE:</b> Carlos Vera						
<b>PRODUCTO</b>	<b>MATERIALES</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>GABETAS</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	
Caja de 10 Kls Botella congelada ( 1.000)	Pescado (Botella)	Gavetas	352	\$ 20.00	\$ 7,040.00	
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 7,040.00</b>	
Producción			Responsable			

Fuente: Proceso de investigación  
Elaborado por: Carolina Tigrero González

**Anexo N° 14. Requisición de materiales directos 003**

9-MAR S.A. NUEVEMARSA					
RUC: 09925759720001					
REQUISICIÓN DE MATERIALES		003			
ÓRDEN DE PRODUCCIÓN		003			
DEPARTAMENTO		BODEGA			
RESPONSABLE		Carlos Vera			
PRODUCTO	MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	GABETAS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Caja de 10 Kls Trompeta congelada ( 2.000)	Pescado (Trompeta)	Gavetas	704	\$ 70.00	\$ 49,280.00
				TOTAL	\$ 49,280.00
Producción			Responsable		

Fuente: Proceso de investigación  
 Elaborado por: Carolina Tigreiro González

**Anexo N° 15. Requisición de materiales directos 004**

9-MAR S.A. NUEVEMARSA					
RUC: 09925759720001					
REQUISICIÓN DE MATERIALES		004			
ÓRDEN DE PRODUCCIÓN:		004			
DEPARTAMENTO:		BODEGA			
RESPONSABLE:		Carlos Vera			
PRODUCTO	MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	GABETAS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Caja de 10 Kls Pámpano congelada ( 1.500)	Pescado (Pámpano)	Gavetas	528	\$ 80.00	\$ 42,240.00
				TOTAL	\$ 42,240.00
Producción			Responsable		

Fuente: Proceso de investigación  
 Elaborado por: Carolina Tigreiro González

**Anexo N° 16. Nota de egreso de materiales directos 002**

9-MAR S.A. NUEVEMARSA					
RUC: 09925759720001					
NOTA DE EGRESO		002			
ÓRDEN DE PRODUCCIÓN :		002			
DEPARTAMENTO:		BODEGA			
RESPONSABLE:		Carlos Vera			
PRODUCTO	MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	GABETAS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Caja de 10 Kls Botella congelada ( 1.000)	Pescado (Botella)	Gavetas	352	\$ 20.00	\$ 7,040.00
				TOTAL	\$ 7,040.00
Producción			Responsable		

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigrero González

**Anexo N° 17. Nota de egreso de materiales directos 003**

9-MAR S.A. NUEVEMARSA					
RUC: 09925759720001					
NOTA DE EGRESO		003			
ÓRDEN DE PRODUCCIÓN		003			
DEPARTAMENTO		BODEGA			
RESPONSABLE		Carlos Vera			
PRODUCTO	MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	GABETAS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Caja de 10 Kls Trompeta congelada ( 2.000)	Pescado (Trompeta)	Gavetas	704	\$ 70.00	\$ 49,280.00
				TOTAL	\$ 49,280.00
Producción			Responsable		

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigrero González

**Anexo N° 18. Nota de egreso de materiales directos 004**

9-MAR S.A. NUEVEMARSA					
RUC: 09925759720001					
NOTA DE EGRESO		004			
ÓRDEN DE PRODUCCIÓN:		004			
DEPARTAMENTO:		BODEGA			
RESPONSABLE:		Carlos Vera			
PRODUCTO	MATERIALES	UNIDAD DE MEDIDA	GABETAS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Caja de 10 Kls Pámpano congelada ( 1.500)	Pescado (Pámpano)	Gavetas	528	\$ 80.00	\$ 42,240.00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 42,240.00</b>
Producción			Responsable		

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigrero González

**Anexo N° 19. Requisición de materiales indirectos 002**

9-MAR S.A. NUEVEMARSA				
RUC: 09925759720001				
REQUISICIÓN DE MATERIALES INDIRECTOS: 002				
ÓRDEN DE PRODUCCIÓN :		002		
DEPARTAMENTO:		BODEGA		
RESPONSABLE:		Carlos Vera		
PRODUCTO	MATERIALES	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Caja de 10 Kls Botella congelada ( 1.000)	Mascarillas	6	\$ 1.00	\$ 6.00
	Hielo	63	\$ 3.00	\$ 189.00
	Cajas	1000	\$ 5.00	\$ 5,000.00
	Cuchillos			\$ 2.50
	Gavetas			\$ 12.50
	Guantes			\$ 1.25
	Botas			\$ 2.19
	Mandiles			\$ 0.75
				<b>TOTAL</b>
Producción		Responsable		

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigrero González

**Anexo N° 20. Requisición de materiales indirectos 003**

<b>9-MAR S.A. NUEVEMARSA</b>				
<b>RUC: 09925759720001</b>				
<b>REQUISICIÓN DE MATERIALES INDIRECTOS: 003</b>				
<b>ÓRDEN DE PRODUCCIÓN :</b>		<b>003</b>		
<b>DEPARTAMENTO:</b>		<b>BODEGA</b>		
<b>RESPONSABLE:</b>		<b>Carlos Vera</b>		
<b>PRODUCTO</b>	<b>MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Caja de 10 Kls Trompeta congelada ( 2.000)	Mascarillas	6	\$ 1.00	\$ 6.00
	Hielo	126	\$ 3.00	\$ 378.00
	Cajas	2000	\$ 5.00	\$ 10,000.00
	Cuchillos			\$ 2.50
	Gavetas			\$ 12.50
	Guantes			\$ 1.25
	Botas			\$ 2.19
	Mandiles			\$ 0.75
			<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>
	<b>Producción</b>		<b>Responsable</b>	

**Fuente: Proceso de investigación**

**Elaborado por: Carolina Tigrero González**

**Anexo N° 21. Requisición de materiales indirectos 004**

<b>9-MAR S.A. NUEVEMARSA</b>				
<b>RUC: 09925759720001</b>				
<b>REQUISICIÓN DE MATERIALES INDIRECTOS: 004</b>				
<b>ÓRDEN DE PRODUCCIÓN :</b>		<b>004</b>		
<b>DEPARTAMENTO:</b>		<b>BODEGA</b>		
<b>RESPONSABLE:</b>		<b>Carlos Vera</b>		
<b>PRODUCTO</b>	<b>MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Caja de 10 Kls Pámpano congelada ( 1.500)	Mascarillas	6	\$ 1.00	\$ 6.00
	Hielo	95	\$ 3.00	\$ 285.00
	Cajas	1500	\$ 5.00	\$ 7,500.00
	Cuchillos			\$ 2.50
	Gavetas			\$ 12.50
	Guantes			\$ 1.25
	Botas			\$ 2.19
	Mandiles			\$ 0.75
			<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>
	<b>Producción</b>		<b>Responsable</b>	

**Fuente: Proceso de investigación**

**Elaborado por: Carolina Tigrero González**

**Anexo N° 22.** Nota de egreso de materiales indirectos 002

<b>9-MAR S.A. NUEVEMARSA</b>					
<b>RUC: 09925759720001</b>					
<b>NOTA DE EGRESO MATERIALES INDIRECTOS 002</b>					
<b>ÓRDEN DE PRODUCCIÓN : 002</b>					
<b>DEPARTAMENTO: BODEGA</b>					
<b>RESPONSABLE: Carlos Vera</b>					
	<b>PRODUCTO</b>	<b>MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
	Caja de 10 Kls Botella congelada ( 1.000)	Mascarillas	6	\$ 1.00	\$ 6.00
		Hielo	63	\$ 3.00	\$ 189.00
		Cajas	1000	\$ 5.00	\$ 5,000.00
		Cuchillos			\$ 2.50
		Gavetas			\$ 12.50
		Guantes			\$ 1.25
		Botas			\$ 2.19
		Mandiles			\$ 0.75
				<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5,213.44</b>
		<b>Producción</b>	<b>Responsable</b>		

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigreiro González

**Anexo N° 23.** Nota de egreso de materiales indirectos 003

<b>9-MAR S.A. NUEVEMARSA</b>					
<b>RUC: 09925759720001</b>					
<b>NOTA DE EGRESO MATERIALES INDIRECTOS 003</b>					
<b>ÓRDEN DE PRODUCCIÓN : 003</b>					
<b>DEPARTAMENTO: BODEGA</b>					
<b>RESPONSABLE: Carlos Vera</b>					
	<b>PRODUCTO</b>	<b>MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
	Caja de 10 Kls Trompeta congelada ( 2.000)	Mascarillas	6	\$ 1.00	\$ 6.00
		Hielo	126	\$ 3.00	\$ 378.00
		Cajas	2000	\$ 5.00	\$ 10,000.00
		Cuchillos			\$ 2.50
		Gavetas			\$ 12.50
		Guantes			\$ 1.25
		Botas			\$ 2.19
		Mandiles			\$ 0.75
				<b>TOTAL</b>	<b>\$ 10,403.19</b>
		<b>Producción</b>	<b>Responsable</b>		

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigreiro González

**Anexo N° 24.** Nota de egreso de materiales indirectos 004

<b>9-MAR S.A. NUEVEMARSA</b>					
<b>RUC: 09925759720001</b>					
<b>NOTA DE EGRESO MATERIALES INDIRECTOS 004</b>					
<b>ÓRDEN DE PRODUCCIÓN : 004</b>					
<b>DEPARTAMENTO: BODEGA</b>					
<b>RESPONSABLE: Carlos Vera</b>					
PRODUCTO	MATERIALES	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
Caja de 10 Kls Pámpano congelada ( 1.500)	Mascarillas	6	\$ 1.00	\$ 6.00	
	Hielo	95	\$ 3.00	\$ 285.00	
	Cajas	1500	\$ 5.00	\$ 7,500.00	
	Cuchillos			\$ 2.50	
	Gavetas			\$ 12.50	
	Guantes			\$ 1.25	
	Botas			\$ 2.19	
	Mandiles			\$ 0.75	
				<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7,810.19</b>
<b>Producción</b>			<b>Responsable</b>		

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigreiro González

**Anexo N° 25.** Hoja de costos 002 botella congelada

<b>EMPRESA 9-MAR NUEVEMARSA</b>						
<b>HOJA DE COSTOS 002</b>						
<b>CLIENTE</b>	PRODUMAR S.A.					
<b>PRODUCTO</b>	BOTELLA CONGELADA (1000 CAJAS DE 10 KILOS)					
<b>ORDEN DE PRODUCCIÓN</b>	002					
DESCRIPCIÓN	MATERIA PRIMA DIRECTA			MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	
	CANTIDAD	PRECIO	VALOR			
Pescado (botella)	352	\$ 20.00	\$ 7,040.00	\$ 654.56	\$ 9,415.92	
<b>RESUMEN</b>						
MATERIA PRIMA DIRECTA				\$ 7,040.00		
MANO DE OBRA DIRECTA				\$ 654.56		
<b>COSTO PRIMO</b>				<b>\$ 7,694.56</b>		
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				\$ 9,415.92		
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>\$17,110.49</b>		
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>				<b>\$ 17.11</b>		
<b>Jefe de producción</b>						

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigreiro González

**Anexo N° 26.** Hoja de costos 003 trompeta congelada

EMPRESA 9-MAR NUEVEMARSA					
HOJA DE COSTOS 003					
CLIENTE	ALPECA				
PRODUCTO	TROMPETA CONGELADA (2000 CAJAS DE 10 KILOS)				
ORDEN DE PRODUCCIÓN	003				
DESCRIPCIÓN	MATERIA PRIMA DIRECTA			MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN
	CANTIDAD	PRECIO	VALOR		
Pescado (botella)	704	\$ 70.00	\$ 49,280.00	\$ 981.85	\$ 14,123.88
<b>RESUMEN</b>					
MATERIA PRIMA DIRECTA				\$49,280.00	
MANO DE OBRA DIRECTA				\$ 981.85	
<b>COSTO PRIMO</b>				<b>\$50,261.85</b>	
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				\$14,123.88	
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>\$64,385.73</b>	
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>				<b>\$ 32.19</b>	
<b>Jefe de producción</b>					

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigreiro González

**Anexo N° 27.** Hoja de costos 004 pámpano congelado

EMPRESA 9-MAR NUEVEMARSA					
HOJA DE COSTOS 004					
CLIENTE	SECBIOS S.A.				
PRODUCTO	PÁMPANO CONGELADO (1500 CAJAS DE 10 KILOS)				
ORDEN DE PRODUCCIÓN	004				
DESCRIPCIÓN	MATERIA PRIMA DIRECTA			MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN
	CANTIDAD	PRECIO	VALOR		
Pescado (botella)	528	\$ 80.00	\$ 42,240.00	\$ 818.20	\$ 11,769.90
<b>RESUMEN</b>					
MATERIA PRIMA DIRECTA				\$42,240.00	
MANO DE OBRA DIRECTA				\$ 818.20	
<b>COSTO PRIMO</b>				<b>\$43,058.20</b>	
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				\$11,769.90	
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>\$54,828.11</b>	
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>				<b>\$ 36.55</b>	
<b>Jefe de producción</b>					

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigreiro González

**Anexo N° 28.** Resumen de horas por cada producción

No.	Cargo	Total días	Total horas	Total días trabajados por producción				Total horas por producción				Total horas por producción al
				Carita	Botella	Trompeta	Pámpano	Carita	Botella	Trompeta	Pámpano	
1	Obreros	20	8	5	4	6	5	40	32	48	40	160
1	Obreros	20	8	5	4	6	5	40	32	48	40	160
1	Obreros	20	8	5	4	6	5	40	32	48	40	160
1	Obreros	20	8	5	4	6	5	40	32	48	40	160
1	Obreros	20	8	5	4	6	5	40	32	48	40	160
1	Obreros	20	8	5	4	6	5	40	32	48	40	160
TOTAL								240	192	288	240	960

**Fuente:** Proceso de investigación

**Elaborado por:** Carolina Tigrero González

### Anexo N° 29. Rol de pagos mano de obra directa

9-MAR NUEVEMARSA																			
Expresado en USD																			
No.	Nombre	Cargo	Días	Sueldo	Carita Congelada		Botella Congelada		Trompeta Congelada		Pámpano congelado		FONDOS DE RESEVA						
					Días	Valor	Días	Valor	Días	Valor	Días	Valor	TOTAL	Carita	Botella	Trompeta	Pámpano		
1	Juan Vera	Operarios	20	386.00	5	96.50	4	77.20	6	\$ 115.80	5	96.50	32.15	8.04	6.43	9.65	8.04		
2	Luis Franco	Operarios	20	386.00	5	96.50	4	77.20	6	\$ 115.80	5	96.50	32.15	8.04	6.43	9.65	8.04		
3	Sergio Rosado	Operarios	20	386.00	5	96.50	4	77.20	6	\$ 115.80	5	96.50	32.15	8.04	6.43	9.65	8.04		
4	Lenin Morales	Operarios	20	386.00	5	96.50	4	77.20	6	\$ 115.80	5	96.50	32.15	8.04	6.43	9.65	8.04		
5	Byron Osorio	Operarios	20	386.00	5	96.50	4	77.20	6	\$ 115.80	5	96.50	32.15	8.04	6.43	9.65	8.04		
6	Cesar Gómez	Operarios	20	386.00	5	96.50	4	77.20	6	\$ 115.80	5	96.50	32.15	8.04	6.43	9.65	8.04		
<b>TOTALES</b>				2,316.00		579.00		463.20		\$ 694.80		579.00	192.92	48.23	38.58	57.88	48.23		
9-MAR NUEVEMARSA																			
Expresado en USD																			
DÉCIMO TERCER SUELDO					DÉCIMO CUARTO SUELDO					VACACIONES					APORTE PATRONAL				
TOTAL	Carita	Botella	Trompeta	Pámpano	TOTAL	Carita	Botella	Trompeta	Pámpano	TOTAL	Carita	Botella	Trompeta	Pámpano	TOTAL	Carita	Botella	Trompeta	Pámpano
32.17	8.04	6.43	9.65	8.04	32.17	8.04	6.43	9.65	8.04	16.08	4.02	3.22	4.83	4.02	46.90	11.72	9.38	14.07	11.72
32.17	8.04	6.43	9.65	8.04	32.17	8.04	6.43	9.65	8.04	16.08	4.02	3.22	4.83	4.02	46.90	11.72	9.38	14.07	11.72
32.17	8.04	6.43	9.65	8.04	32.17	8.04	6.43	9.65	8.04	16.08	4.02	3.22	4.83	4.02	46.90	11.72	9.38	14.07	11.72
32.17	8.04	6.43	9.65	8.04	32.17	8.04	6.43	9.65	8.04	16.08	4.02	3.22	4.83	4.02	46.90	11.72	9.38	14.07	11.72
32.17	8.04	6.43	9.65	8.04	32.17	8.04	6.43	9.65	8.04	16.08	4.02	3.22	4.83	4.02	46.90	11.72	9.38	14.07	11.72
32.17	8.04	6.43	9.65	8.04	32.17	8.04	6.43	9.65	8.04	16.08	4.02	3.22	4.83	4.02	46.90	11.72	9.38	14.07	11.72
193.00	48.25	38.60	57.90	48.25	193.00	48.25	38.60	57.90	48.25	96.50	24.13	19.30	28.95	24.13	281.39	70.35	56.28	84.42	70.35
9-MAR NUEVEMARSA																			
Expresado en USD																			
TOTAL INGRESOS					EGRESOS					TOTAL EGRESOS		TOTAL A RECIBIR							
	Carita	Botella	Trompeta	Pámpano	A. Personal	F.de Reservas	Decimo 3	Decimo 4											
545.47	136.37	109.09	163.64	136.37	36.48	32.15	32.17	32.17	132.96	412.51									
545.47	136.37	109.09	163.64	136.37	36.48	32.15	32.17	32.17	132.96	412.51									
545.47	136.37	109.09	163.64	136.37	36.48	32.15	32.17	32.17	132.96	412.51									
545.47	136.37	109.09	163.64	136.37	36.48	32.15	32.17	32.17	132.96	412.51									
545.47	136.37	109.09	163.64	136.37	36.48	32.15	32.17	32.17	132.96	412.51									
545.47	136.37	109.09	163.64	136.37	36.48	32.15	32.17	32.17	132.96	412.51									
3,272.82	818.20	654.56	981.85	818.20	218.86	192.92	193.00	193.00	797.78	2,475.03									

Fuente: Proceso de investigación  
 Elaborado por: Carolina Tigreiro González

**Anexo N° 30.** Tabla de depreciaciones de activos fijos

9-MAR NUEVEMARSA									
DEPRECIACIÓN									
Expresado en USD									
NOMBRE DE ACTIVO	CÓDIGO	ACTIVO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL	% DEPRECIACIÓN	AÑOS DE DEPRECIACIÓN	ANUAL	MENSUAL
Computadoras	ADM	EQUIPO C	1	600.00	600.00	33.33%	3	200.00	16.67
Impresoras	ADM	EQUIPO C	1	120.00	120.00	33.33%	3	40.00	3.33
Aire acondicionado	ADM	EQUIPO OFICINA	1	270.00	270.00	33.33%	3	90.00	7.50
Archivadores	ADM	MUEBLES Y E	2	80.00	160.00	33.33%	3	53.33	4.44
Escritorios	ADM	MUEBLES Y E	2	250.00	500.00	33.33%	3	166.67	13.89
Sillas ejecutivas	ADM	MUEBLES Y E	2	50.00	100.00	33.33%	10	10.00	0.83
Sillas de espera	ADM	MUEBLES Y E	2	25.00	50.00	10.00%	10	5.00	0.42
Vehículo	ADM	VEHICULO	1	20,000.00	20,000.00	10.00%	10	2,000.00	166.67
	<b>Total ADM</b>				21,800.00				-
Frigoríficos de conservas	PRODUC	MAQUINARIA	1	300,000.00	300,000.00	10.00%	10	30,000.00	2,500.00
Frigoríficos túneles	PRODUC	MAQUINARIA	1	400,000.00	400,000.00	10.00%	10	40,000.00	3,333.33
Mesas metálicas de filetes	PRODUC	MUEBLES Y E	2	300.00	600.00	10.00%	10	60.00	5.00
Mesas metálicas de inspe	PRODUC	MUEBLES Y E	2	300.00	600.00	10.00%	10	60.00	5.00
Instalaciones	PRODUC	Instalaciones	1	1,500,000.00	1,500,000.00	20.00%	20	75,000.00	6,250.00
Escritorios	PRODUC	MUEBLES Y E	1	250.00	250.00	10.00%	10	25.00	2.08
Computadoras	PRODUC	EQUIPO C	1	600.00	600.00	33.33%	3	200.00	16.67
Impresoras	PRODUC	EQUIPO C	1	120.00	120.00	33.33%	3	40.00	3.33
Sillas ejecutivas	PRODUC	MUEBLES Y E	1	50.00	50.00	10.00%	10	5.00	0.42
Archivadores	PRODUC	MUEBLES Y E	1	80.00	80.00	10.00%	10	8.00	0.67
Sillas	PRODUC	MUEBLES Y E	2	25.00	50.00	10.00%	10	5.00	0.42
	<b>Total PROD</b>				2,202,350.00			145,403.00	12,330.67

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Carolina Tigrero González

**Anexo N° 31. Presupuesto de servicios básicos**

<b>EMPRESA 9-MAR S.A. NUEVEMARSA</b>							
<b>PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS</b>							
<b>Expresado en USD</b>							
<b>Servicio Básico</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Energía Eléctrica</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Agua Potable</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Servicio de internet</b>	<b>TOTAL</b>
Administración	20%	12.00	10%	18.00	70%	35.00	65.00
Producción	80%	48.00	90%	162.00	30%	15.00	225.00
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>60.00</b>	<b>100%</b>	<b>180.00</b>	<b>100%</b>	<b>50.00</b>	<b>290.00</b>

**Fuente: Proceso de investigación**

**Elaborado por: Carolina Tigrero González**

**Anexo N° 32.** Presupuesto de mantenimiento de activos *fijos*

<b>EMPRESA 9 MAR NUEVEMARSA</b>					
<b>PRESUPUESTO DE MANTENIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS</b>					
<b>Expresado en USD</b>					
<b>NOMBRE DE ACTIVO</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>ACTIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V.TOTAL</b>
Computadoras	ADM	Equipo C	1	20.00	20.00
Impresoras	ADM	Equipo C	1	15.00	15.00
Aire acondicionado	ADM	Equipo de oficina	1	40.00	40.00
Archivadores	ADM	Muebles y enseres	2	10.00	20.00
Escritorios	ADM	Muebles y enseres	2	20.00	40.00
Sillas ejecutivas	ADM	Muebles y enseres	2	20.00	40.00
Sillas de espera	ADM	Muebles y enseres	2	20.00	40.00
Vehículo	ADM	Vehículo	1	50.00	50.00
<b>TOTAL ADMINISTRACIÓN</b>					<b>265.00</b>
Frigoríficos de conservas	PRODUC	Maquinaria	1	55.00	55.00
Frigoríficos túneles	PRODUC	Maquinaria	1	40.00	40.00
Mesas metálicas de filetes	PRODUC	Muebles y enseres	2	25.00	50.00
Mesas metálicas de inspección	PRODUC	Muebles y enseres	2	25.00	50.00
Instalaciones	PRODUC	Instalaciones	1	200.00	200.00
Escritorios	PRODUC	Muebles y enseres	1	20.00	20.00
Computadoras	PRODUC	Equipo de C	1	20.00	20.00
Impresoras	PRODUC	Equipo C	1	15.00	15.00
Sillas ejecutivas	PRODUC	Muebles y enseres	1	20.00	20.00
Archivadores	PRODUC	Muebles y enseres	1	10.00	10.00
Sillas	PRODUC	Muebles y enseres	2	10.00	20.00
<b>TOTAL PRODUCCIÓN</b>					<b>500.00</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>					<b>765.00</b>

**Fuente:** Proceso de investigación

**Elaborado por:** Carolina Tigreiro González

**Anexo N° 33. Presupuesto General**

<b>CANT.</b>	<b>DETALLE</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
2	Resmas de hojas	4	\$8,00
1	Tinta	4	\$20,00
1	Impresiones	500	\$50,00
1	Computadora	800	\$800,00
200	Copias	0,03	\$20,00
	Movilización		\$200,00
	Tutoría		\$200,00
	Tribunal de tesis de grado		\$150,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1448,00</b>

**Fuente: Proceso de investigación**

**Elaborado por: Carolina Tigrero González**

## Anexo N° 34. Ruc de la Empresa



**REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES  
SOCIEDADES**



**NÚMERO RUC:** 0992575972001  
**RAZÓN SOCIAL:** 9-MAR S.A. NUEVEMARSA

**NOMBRE COMERCIAL:**  
**REPRESENTANTE LEGAL:** ALVARADO VERA JACINTO AGUSTIN  
**CONTADOR:** PATIÑO ACOSTA GRACE ALEXANDRA  
**CLASE CONTRIBUYENTE:** OTROS  
**CALIFICACIÓN ARTESANAL:** SN

**OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** SI  
**NÚMERO:** SN

**FEC. NACIMIENTO:**  
**FEC. INSCRIPCIÓN:** 15/08/2008  
**FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:**

**FEC. INICIO ACTIVIDADES:** 07/08/2008  
**FEC. ACTUALIZACIÓN:** 06/05/2015  
**FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

**ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL**  
 VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS DE LA PESCA

**DOMICILIO TRIBUTARIO**  
 Provincia: SANTA ELENA. Cantón: SANTA ELENA. Parroquia: CHANDUY. Barrio: PUERTO CHANDUY. Número: SOLAR 1. Bloque: 5. Referencia ubicación: FRENTE A ESCUELA SAN AGUSTIN. Teléfono Trabajo: 042913092. Email: jacintoalvarado\_1980@hotmail.com. Celular: 0982934107. Celular: 0999816957

**DOMICILIO ESPECIAL**  
 SN

**OBLIGACIONES TRIBUTARIAS**

- \* ANEXO ACCIONISTAS, PARTICIPES, SOCIOS, MIEMBROS DEL DIRECTORIO Y ADMINISTRADORES
- \* ANEXO DE DIVIDENDOS, UTILIDADES O BENEFICIOS - ADI
- \* ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- \* ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- \* DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA, SOCIEDADES
- \* DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- \* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS			
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS		ABERTOS	
2		1	
	JURISDICCIÓN	CERRADOS	
	1. ZONA 51, SANTA ELENA		1



**Código:** RIMRUC2016000926809  
**Fecha:** 29/08/2016 14:53:31 PM

**Fuente:** Proceso de investigación  
**Elaborado por:** Carolina Tigrero González

## Anexo N° 35. Fotos

**Foto N° 1.** Departamento administrativo



**Fuente:** Proceso de investigación-Entrevista Contador General  
**Elaborado por:** Carolina Tigrero González

**Foto N° 2.** Departamento de producción



**Fuente:** Proceso de investigación- Cámara de frío  
**Elaborado por:** Carolina Tigrero González

## CARTA AVAL

Salinas, Enero 3 del 2019

Lcda.

MARÍA FERNANDA ALEJANDRO LINDAO, MSc.

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**DIRECTORA**

La Libertad

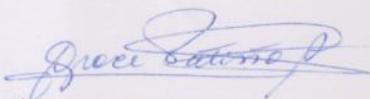
De mis consideraciones:

Estimada Lcda., por medio de la presente comunicamos a Ud(s) la aceptación por parte de nuestra institución a la señorita CAROLINA TIGRERO GONZÁLEZ, estudiante de la carrera CONTABILIDAD Y AUDITORIA para que pueda desarrollar su trabajo de titulación denominado:

**COSTOS DE PRODUCCIÓN Y DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DE LA EMPRESA 9-MAR NUEVEMARSA DEL CANTÓN SANTA ELENA, PARROQUIA CHANDUY, AÑO 2017.**

Adicional autorizamos a la institución a la que usted dignamente representa para que pueda realizar la publicación del trabajo de investigación que realice la señorita TIGRERO GONZÁLEZ.

Particular que ponemos a su conocimiento, para los fines consiguientes



Atentamente,

**GERENTE GENERAL**