



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

**“COSTOS DE PRODUCCIÓN DE MUEBLES DE MADERA CORRIENTE Y SU
COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA PUKLLAY EIRL DISTRITO DE
POROY CUSCO PERIODO 2016”**

PRESENTADO POR LOS

BACHILLERES:

BACH. Manuel Enrique Tupayachi Córdova

BACH. Fresia Gamarra Capacuela

TESIS PARA OPTAR:

Título profesional de CONTADOR PÚBLICO

ASESORA:

C.P.C.C. Julia Teresa Machuca Astete

CUSCO – PERÚ

2018



PRESENTACIÓN

Señor decano, Dr. Fortunato Endara Mamani de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, de la Escuela Profesional de Contabilidad, de la Universidad Andina del Cusco, presentamos la tesis titulada: “COSTOS DE PRODUCCIÓN DE MUEBLES DE MADERA CORRIENTE Y SU COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA PUKLLAY EIRL DISTRITO DE POROY CUSCO PERIODO 2016”, cumpliendo con los reglamentos de titulación para optar el título de Contadores Públicos, donde el tema de la diversificación en la producción es importante hoy en día.

La diversificación en la producción es importante en la empresas de hoy en día porque aumenta la rentabilidad de la empresas, y con ello mejoran su producción, haciendo que el mercado local tenga mayor presencia frente a los mercados internacionales en la Región del Cusco, por ese sentido es que ponemos en consideración el presente trabajo de investigación con la finalidad de dar a conocer dicho problema para que los estudiantes de la escuela profesional de contabilidad tenga mayores retos el momento de investigar estos tema.

Los tesistas



AGRADECIMIENTO

A la UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A nuestra Asesora de tesis, CPCC. Julia Teresa Machuca Astete por su esfuerzo y dedicación, quien, con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado que podamos terminar nuestro trabajo de tesis.

También me gustaría agradecer a mis Padres Enrique y Maria, a mis hermanos Manuel Luis y Diana.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

BACH. Manuel Enrique Tupayachi Córdova

Existen muchas personas a quienes les debo un profundo y sincero agradecimiento, personas que a lo largo de mi carrera estudiantil me han brindado su apoyo continuo; es así que mi agradecimiento va dirigido a mis docentes que día a día con sus conocimientos aportaron a mi desarrollo profesional y personal.

Y de manera muy especial, mi agradecimiento va dirigido a mi Madre, que es el pilar fundamental de mi vida, a mis abuelos y tíos quienes me apoyaron incondicionalmente y de quienes siempre recibí palabras de aliento en momentos difíciles, ese apoyo moral que solo ellos sabían darme y la infinita confianza que me brindaron en mis años de estudio.

BACH. Fresia Gamarra Capacuela



DEDICATORIA

Dedico a mis padres Enrique y María por su constancia y apoyo para que pueda salir adelante en mis estudios y hacerme crecer como persona y profesional

A mis hermanos: Manuel, Luis, Diana quienes con su cariño y apoyo me ayudaron a crecer como persona y con su amor sincero el concepto de hermandad

BACH. Manuel Enrique Tupayachi Córdova

Dedico este trabajo y el esfuerzo que conlleva a mi Madre, quien con todo su amor, coraje, fortaleza y valentía me apoyo siempre en todo proyecto y decisión.

A mis queridos Abuelos Blas y Sabina quienes siempre estuvieron conmigo apoyándome en todo, por sus sabios consejos y orientaciones que permitieron consolidar ideales hasta el logro de objetivos concretos y por todo el amor y confianza que siempre me brindaron.

BACH. Fresia Gamarra Capacuela



JURADO DE TESIS Y ASESORA

DICTAMINANTES



- CPCC. Norma Virginia Soto Choque
- CPCC. Clotilde Álvarez Marquina de Saire

REPLICANTES

- Dr. CPCC. José Daniel Paliza Perez
- CPCC. María del Rosario Madrid de Zavaleta

ASESORA

- CPCC Julia Teresa Machuca Astete



ÍNDICE

PRESENTACIÓN i

AGRADECIMIENTO ii

DEDICATORIA iii

ÍNDICE DE TABLAS viii

RESUMEN ix

ABSTRAC xi

CAPITULO I 1

INTRODUCCIÓN 1

1.1. Planteamiento del Problema 1

1.2. Formulación del Problema 3

1.2.1. Problema General 3

1.2.2. Problemas Específicos 3

1.3. Objetivos de la Investigación 4

1.3.1. Objetivo General 4

1.3.2. Objetivos Específicos 4

1.4. Justificación de la Investigación 4

1.4.1. Relevancia Social. - 4

1.4.2. Implicancias Prácticas. - 5

1.4.3. Valor Teórico. - 5

1.4.4. Utilidad Metodológica. 5

1.4.5. Viabilidad o Factibilidad 5

CAPÍTULO II 7

MARCO TEÓRICO 7

2.1 Antecedentes de la Investigación 7

2.1.1. Antecedentes Internacionales 7

2.1.2. Antecedentes Nacionales 11



2.1.3. Antecedentes Locales	12
2.2 Bases Teóricas.....	15
2.3 Marco Conceptual	36
2.4 Ubicación de la empresa (reseña)	42
2.5 Formulación de Hipótesis	43
2.5.1 Hipótesis General	43
2.5.2 Hipótesis Específicas	43
2.6 Variables	44
a) Variables.....	44
b) Operacionalización de Variables.....	45
CAPITULO III	46
MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	46
3.1. Tipo de Investigación	46
3.2. Enfoque de Investigación	46
3.3. Diseño de la Investigación	46
3.4. Alcance de la Investigación	46
3.5. Población y Muestra de la Investigación.....	46
3.5.1. Población.....	46
3.5.2. Muestra.....	47
3.6.1. Técnicas.....	47
3.6.2. Instrumentos	47
3.6. Procesamiento de Datos	47
CAPITULO IV	48
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	48
4.1 Resultados respecto primer objetivo específico.....	48
4.2 Resultado respecto al segundo objetivo específico.....	48
CAPITULO V	66



DISCUSIÓN.....	66
5.1 Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos	66
5.2 Limitaciones del estudio.....	66
5.3 Comparación crítica con la literatura existente	67
5.4. Implicancias del estudio	70
D. CONCLUSIONES.....	71
E. RECOMENDACIONES.....	73
F. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74
G.- ANEXOS.....	77



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. ¿Cuál es el segmento de mercado que se utiliza para la comercialización de madera fina?	49
Tabla N° 2. Razón de cambio de materiales (madera, laca, lijara, clavos, etc.) de materiales finos a corrientes	49
Tabla N° 3 ¿Cuáles son sus materiales directos?.....	50
Tabla N° 4 ¿Por quienes están conformado su mano de obra directa?.....	50
Tabla N° 5 ¿Cuáles son sus costos indirectos de fabricación?.....	51
Tabla N° 6. ¿Qué suministros se utiliza?.....	51
Tabla N° 7. ¿Cuáles son sus materiales directos?..... ¡Error! Marcador no definido.	52
Tabla N° 8 ¿Por quienes están conformado su mano de obra directa?.....	52
Tabla N° 9 . ¿Cuáles son sus costos indirectos de fabricación?.....	53
Tabla N° 10. ¿Qué suministros se utiliza?.....	53
Tabla N° 11. ¿Cómo establece su costo de producción?	54
Tabla N° 12. ¿Cómo determina su costo unitario de producción?	55
Tabla N° 13. ¿Cómo establece su costo total?	49
Tabla N° 14. ¿Cómo fija su precio de venta?.....	56
Tabla N° 15. ¿Cuál es el segmento de mercado que ha decidido proveer y vender? .	56
Tabla N° 16. ¿Con la utilización de madera corriente, insumos y materiales indirectos ha incrementado sus clientes, comercialización e ingresos?	57
Tabla N° 17. ¿El cambio de segmento de mercado es conveniente?	58
Tabla N° 18. ¿Cuándo bajo su demanda de producción en madera fina y de calidad, su empresa en un momento dado quiso tomar la decisión de suspender las actividades de la empresa?.....	58
Tabla N° 19. El mercado actual responde a sus expectativas.....	59
Tabla N° 20. <i>Hoja de Costos en madera fina (Empresa)</i>	65
Tabla N° 21. <i>Hoja de Costos en Madera Corriente(Aporte)</i>	67
Tabla N° 22. Cuadro comparativo de costo con madera fina y madera corriente (Aporte)	69
Tabla N° 23. Resumen.....	70

**RESUMEN**

El trabajo de investigación titulado: “COSTOS DE PRODUCCIÓN DE MUEBLES DE MADERA CORRIENTE Y SU COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA PUKLLAY EIRL DISTRITO DE POROY CUSCO PERIODO 2016”. Tiene como objetivo general: Establecer los costos de producción de muebles de madera corriente y su comercialización de la empresa Pukllay EIRL distrito de Poroy Cusco Periodo 2016. Metodología: Estudio de tipo básico, enfoque cuantitativo, diseño no experimental, que incluyo a un grupo de 3.

El gerente, Contadora y un colaborador con cargo de Maestro Ebanista de la empresa Pukllay, localizado en el distrito de Poroy, se utilizó la técnica de observación, revisión documentaria, entrevista y los instrumentos de guía de observación, fichas bibliográficas y estados financieros.

En principio la empresa Pukllay EIRL se constituye en el 2005 debido a sus necesidades propias y al abaratamiento de los costos en la fabricación de los muebles para consumo propio en madera fina, como también para los colegios de Cusco, Apurimac y Madre de Dios, ONGs, Instituciones públicas y privadas, sin embargo con la puesta de modas de la madera MDF, Mapresa y puertas contraplacadas y otros; los potenciales clientes se inclinaron hacia estos productos, como consecuencia de ello la empresa materia de la presente investigación tuvo que enfrentar serios problemas económicos llegando inclusive en un momento dado a pensar en la extinción de la empresa, luego se tomó una decisión muy atinada como es la de cambiar el segmento del mercado, es decir dirigir la producción a clientes de menores posibilidades económicas con la diferencia en utilizar madera corriente así como utilizar insumos, suministros Etc., de menor calidad y precio.

Finalmente este mercado responde muy favorablemente a la decisión de cambiar la madera fina con madera corriente y consecuentemente los resultados económicos favorecen a la empresa.



Palabras claves: Costo de producción de madera corriente, comercialización.

Los autores.

**ABSTRAC**

The research work entitled: "PRODUCTION COSTS OF WOOD CURRENT FURNITURE AND ITS COMMERCIALIZATION OF PUKLLAY EIRL DISTRICT OF POROY CUSCO 2016 PERIOD". Its general objective is: To establish the production costs of ordinary wood furniture and its commercialization of the company Pukllay EIRL district of Poroy Cusco Period 2016. Methodology: Basic type study, quantitative approach, non-experimental design, which included a group of 3. The manager, Contadora and a collaborator with position of Master Cabinetmaker of the company Pukllay, located in the district of Poroy, used the technique of observation, documentary review, interview and the instruments of observation guide, bibliographic records and financial statements. .

In principle, the Pukllay EIRL company was established in 2005 due to its own needs and to lower costs in the manufacture of furniture for its own consumption in fine wood, as well as schools in Cusco, Apurimac and Madre de Dios, NGOs. , Public and private institutions, however with the putting of fashions of MDF wood, Mapresa and counterplated doors and others; the potential clients inclined towards these products, as a consequence of this the company matter of the present investigation had to face serious economic problems arriving even at a given moment to think about the extinction of the company, then a very wise decision was made as is that of changing the market segment, that is, directing production to lower-income clients with the difference in using ordinary wood as well as using supplies, supplies, etc., of lower quality and price.

Finally, this market responds very favorably to the decision to change fine wood with ordinary wood and consequently the economic results favor the company.

Keywords: Cost of wood production, commercialization.

The authors.



CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1.Planteamiento del Problema

La Empresa Industrial PUKLLAY EIRL, nace por iniciativa de la plana directiva del proyecto educativo Peruano Suizo Pukllasunchis liderado por la promotora, docentes, personal administrativo, representantes de padres de familia y estudiantes, viendo sus necesidades de muebles de oficina, carpetas, pizarras, materiales didácticos, etc., las cotizaciones y presupuestos presentados por los fabricantes de muebles de madera fina como lo especificado en las bases del concurso publico alcanzaba un monto elevado hasta cierto punto exagerado y como la construcción de los locales lo realizan por administración directa con el asesoramiento de un arquitecto cusqueño quien plantea instalar una fábrica de muebles debido al volumen por lo que Toman la decisión para minimizar sus costos y optimizar sus productos a través de la creación de una planta para producir sus propios muebles, así como para la actividad turística, paralelamente empresas privadas como ONG y otros colegios en Puno y Arequipa, de manera que también algunos estudiantes que tienen la inclinación a la ebanistería y carpintería puedan realizar sus prácticas y aprender el oficio. Durante los primeros años se tuvo una aceptación positiva de parte de los centros educativos pares, organizaciones no gubernamentales (ONG.), Centro Bartolomé de las Casas, Embajada de Finlandia entre otros. A medida que pasa el tiempo se introduce en el mercado potencial de la fábrica otros productores que utilizan materiales más simples y de menos costo como la melamine, MDF (sigla en inglés de Medium Density Fibreboard), madera prensada, etc.



Y los clientes antes mencionados, como es lógico, por razones obvias se inclinan a este tipo de nuevos productos.

Para enfrentar este gran problema los directivos plantean una serie de alternativas, desde cerrar la planta, cambiar el giro del negocio quedando la decisión final, producto de la inversión realizada con maquinaria básicamente importada de Suiza, país de origen de la Presidenta de la Promotora, así como de países europeos y americanos, planteando dirigir su producción a clientes con escasos recursos económicos, a pesar de la existencia de una competencia importante como es el baratillo, plaza Tupac Amaru, productores de San Sebastián, AA.HH Santiago y otros, sin embargo se aplicó la lógica más adecuada de marcar la diferencia de estos mercados que en su gran mayoría son solo sabatinos y sus productores son cusqueños. La fábrica PUKLLAY se encuentra ubicada en zona norte de la ciudad específicamente en el distrito de Poroy que es una zona de expansión urbana por efecto de la presencia del segundo parque industrial que por efecto genera población a sus alrededores, así como negocios de alimentos y bebidas, restaurantes y otros servicios como establecimientos de hospedaje, peluquerías, spa, etc.

Otro aspecto que hay que considerar es el tema de los costos para la fabricación de los primeros muebles que con el tiempo se convierten en prohibitivos porque ya no están al alcance de los clientes por lo que se ven en la imperiosa necesidad de hacer un giro en su demanda, es decir, cambiar la producción con materiales corrientes que permitan al acceso de los bolsillos de los clientes de la zona.

Una vez puesto en práctica la empresa tuvo que tomarse un receso para reestructurar sus costos, hecho que al cabo de 6 meses se hizo realidad. Puesto que se tiene una fuerte inversión en maquinarias, equipos, herramientas, lo que genera minimización en los costos debido a que la mano de obra directa es mínima. Existe



también la posibilidad planteada a la empresa por efecto de este trabajo de investigación de concesionar la planta.

Finalmente, la empresa se mantiene activa con una demanda bastante considerable.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿ De qué manera se establecen los costos de producción de muebles de madera corriente para sustituir la madera fina y su potencial comercialización de la empresa Pukllay EIRL distrito de Poroy Cusco periodo 2016?

1.2.2. Problemas Específicos

- a. ¿Cómo establecen los costos de producción de muebles de madera corriente para sustituir la madera fina de la empresa Pukllay EIRL distrito de Poroy Cusco periodo 2016?
- b. ¿De qué manera comercializa sus muebles de madera corriente la empresa industrial Pukllay E.I.R.L. en el distrito de Poroy- Cusco periodo 2016?
- c. ¿Cuál es la diferencia entre los costos y precios en muebles de madera fina y madera corriente en la empresa Puklla EIRL ?



1.3.Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Analizar el establecimiento de los costos de producción de muebles de madera corriente para sustituir la madera fina y su potencial comercialización de la empresa Pukllay EIRL distrito de Poroy Cusco periodo 2016

1.3.2. Objetivos Específicos

- a. Establecer los costos de producción de muebles de madera corriente para sustituir la madera fina de la empresa industrial Pukllay E.I.R.L. en el distrito de Poroy- Cusco periodo 2016.
- b. Identificar la comercialización de los muebles de madera corriente en la empresa industrial Pukllay E.I.R.L. en el distrito de Poroy- Cusco periodo 2016
- c. Determinar las diferencias de costos y precios de producir muebles de madera fina y madera corriente en la empresa Pucklly EIRL.

1.4.Justificación de la Investigación

1.4.1. Relevancia Social. -

Esta investigación tiene una relevancia social puesto que es referente para aquellas empresas que tienen como público objetivo a una clientela más exigente y selecta, para que de esta manera se pueda tomar como referencia el costo beneficio de poder comercializar productos de alta calidad en un mercado más competitivo. La esencia de este trabajo es que la alta dirección en vista de la escases de clientes de elite se ha visto en la necesidad de hacer un giro de 360° y dirigir su producción a clientes de recursos económicos limitados con necesidades muy diferentes por lo



que se ha empezado a utilizar madera corriente de acuerdo a los requerimientos y posibilidades económicas de la población de su entorno inclusive a precios por debajo de los baratillos de la Ciudad del Cusco.

1.4.2. Implicancias Prácticas. -

La investigación permitirá alcanzar información contable de costos para cambiar la política de producción elitista de costos por órdenes específicas a costos por proceso, en serie o por lotes.

1.4.3. Valor Teórico. -

Esta investigación se enfoca a cambiar el sistema de costos por órdenes específicas de producción al sistema de costos por procesos con el objeto fundamental de darle mayor uso a los recursos humanos a la maquinaria y equipo y generar mayores ingresos y alcanzar el éxito empresarial

1.4.4. Utilidad Metodológica.

El presente trabajo hizo uso de métodos y técnicas para su implementación y culminará en un cambio de política empresarial.

1.4.5. Viabilidad o Factibilidad

El presente trabajo fue viable gracias a la accesibilidad que se tuvo con los costos de producción de la empresa industrial de muebles Pukllay EIR, puesto que también es un tema de su interés para nosotros como investigadores, para la empresa y lo que es más para la población de escasos recursos económicos.

1.5. Delimitación de la Investigación

1.5.1. Delimitación Temporal

El presente trabajo de investigación corresponde al año 2016.



1.5.2. Delimitación Espacial

El lugar geográfico donde se realizará la investigación es en la empresa industrial de muebles Pukllay EIRL en el distrito de Poroy- Cusco

1.5.3. Delimitación Conceptual

En este proyecto tratamos exclusivamente cambios de giro de negocio de elite con madera fina y los costos de producción de muebles de madera corriente y la comercialización, para conseguir el acceso a nuevos clientes con menos posibilidades económicas, elaborados con la misma calidad, pero con madera de menores costos, las empresas de nueva creación domina el mercado actual imponiendo su ideología de trabajo hacia otros sectores como se enfocan en obtener la innovación, sus métodos pasan a ser replicados por otras empresas (Ries, 2006)



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Antecedente N° 1: TESIS “IMPLEMENTACIÓN DE UNA FABRICA, COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE UNA LÍNEA CONTEMPORÁNEA DE MUEBLES” 2009 GUAYAQUIL – ECUADOR. Para la obtención de título de ingeniero comercial y empresarial con mención en marketing, finanzas y comercio exterior. **Autores:** Andrea Nataly Miranda; Mariaeugenia Zambrano Verduga y José Jonny Yaguana Hidalgo, **Objetivo General.** - Hemos determinado que nuestro grupo o mercado objetivo serán las personas mayores de edad, que aproximadamente fluctúan desde los 18 años en adelante, que ya han adquirido parte de los muebles para su hogar o que han sido partícipes de la toma de decisiones en la compra de estos, en sus hogares originales. Es importante medir su interés frente a los diferentes tipos de muebles que fabricaremos y su intención de compra, debido a que nos ayudara a establecer estrategias por su introducción y posicionamiento en nuestro mercado. La investigación nos arrojará información relevante que aportan en la medición de las siguientes variables de marketing, **Conclusiones.-** Luego del estudio realizado en este trabajo sobre la posibilidad de implementación de una fábrica distribuidora de muebles en el canton el triunfo hemos podido concluir lo siguiente: **1.** Del estudio de mercado realizado en el cantón, con el objetivo de conocer las inclinaciones de las personas al momento de decorar su hogar tuvimos los siguientes resultados: a) el 70.75% de los encuestados fueron mujeres, quienes se identificaron directamente



con la decoración de su hogar, y de las cuales el 49.35% prefieren muebles sencillos y prácticos. b) el 50% de las personas que han adquirido muebles en las últimas fechas sintieron inconformidad al momento de la compra, pues no existe en el cantón algún almacén que llene al 100% sus expectativas de decoración. 2. El modelo de implicación se utiliza como estrategia de marketing, pues consideramos que como incursionistas e innovadores en el mercado de los muebles debemos cuidar mucho nuestra relación con los clientes, reconociendo que estos serán los intermediarios (almacenes), y que exista una participación fuerte en este mercado por parte de las empresas ya reconocidas que se desenvuelven en este sector, se pretende llegar a lugares aledaños del Triunfo donde consideramos que existe una demanda insatisfecha. 3. con el análisis financiero realizado determinamos la facilidad del proyecto, nos presenta que tanto el VAN y como el TIR son positivos, y esta última es superior a la tasa de descuentos estimada, pese a que nos basamos en la ponderación de factores internacionales, debido a la deficiencia de información nacional, por lo que consideramos que este proyecto es aplicable.

Antecedente N° 2: TESIS “ANÁLISIS TÉCNICO, ECONÓMICO Y ESTRATÉGICO DE EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES MULTIFUNCIONALES PARA ESPACIOS REDUCIDOS EN LA REGIÓN METROPOLITANA, SANTIAGO DE CHILE 2014” UNIVERSIDAD DE CHILE FACULTAD DE CIENCIAS FÍSICAS Y MATEMÁTICAS DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA INDUSTRIAL para optar al grado de magíster en gestión y dirección de empresas. **AUTOR** Juan Carlos Ibacache Miquel. **Objetivo General** Se analizó la factibilidad técnica, económica y estratégica de la creación de una empresa de comercialización muebles multifuncionales, para viviendas con



espacios reducidos en la Región Metropolitana. **Objetivos específicos** Se identificaron los principales actores en la industria del equipamiento mobiliario habitacional. Se analizó el mercado objetivo y evaluar el interés por equipamiento mobiliario multifuncional (potencial demanda, beneficios esperados, entre otros). Se realizó la evaluación de una la estrategia de comercialización de los productos, determinando sus costos y rentabilidad. Se realizó la evaluación económica del proyecto. **Conclusiones.** - • La implementación de una empresa de importación y comercialización de muebles multifuncionales en la ciudad de Santiago es un proyecto viable dada la tendencia al alza observada en la industria inmobiliaria en relación a la construcción de viviendas de superficie reducida. • El proyecto estará conformado por un punto de venta único que se ubicará en la comuna de Las Condes o Providencia, cerca del límite de estas comunas con la comuna de Vitacura. En él, se comercializarán muebles multifuncionales de dormitorio, productos que muestran los mayores niveles de aceptación de acuerdo a la investigación realizada. • Según los resultados del estudio, un 64% de los encuestados considera que estos productos son atractivos y un 67% declara que es relevante contar con este tipo de productos en el mercado. Por su parte, un 66% está dispuesto a amoblar algún ambiente de su hogar con este tipo de muebles. • La oferta de este tipo de productos en el mercado nacional es escasa. Los principales canales de venta (multitiendas y tiendas de mejoramiento del hogar) cuentan con poca variedad de muebles optimizadores de espacio y no cuentan con oferta de muebles multifuncionales. Solo un competidor en el mercado comercializa productos similares, pero su participación de mercado es muy baja y su punto de venta está ubicado en un sector de difícil acceso. • Los factores críticos de éxito para el proyecto serán lograr transmitir los beneficios asociados a las características diferenciadoras de los



productos, fortaleciendo aquellos aspectos críticos de producto como la durabilidad de éstos, acompañado por un modelo de atención y asesoría personalizada y un servicio de despacho e instalación de buena calidad. • Los precios establecidos para los productos a comercializar se encuentran por sobre los del único competidor de mercado, adecuándose a los márgenes utilizados por los principales actores en la venta de producto de la categoría muebles. • El principal riesgo para el presente proyecto lo constituyen los principales players de la industria del mueble de nuestro país, es decir, grandes tiendas y tiendas de mejoramiento del hogar. De convertirse en un negocio atractivo para estas, podrían tratar directamente con los proveedores y comercializar los productos bajo mejores condiciones de cada a consumidor. Por ello, la estrategia a seguir 48 para la comercialización de los productos, será la creación de un punto de venta propio, junto a orientar la oferta a un segmento particular del mercado (nicho), diferenciándose de la oferta de los grandes players que buscan el volumen y segmentos masivos de clientes. Por su parte, frente a la eventual entrada de nuevos competidores de menor tamaño, el proyecto contará con un importante capital de marca, tanto por ser pioneros en la comercialización de estos productos, como la entrega de productos y servicios de primera calidad. • De acuerdo a lo observado, frente a un aumento de costos de un 20% y una disminución de un 20% en el volumen de ventas, se puede obtener un VAN positivo mediante el aumento del margen en un 5% y una disminución equivalente en las remuneraciones. • La ubicación del punto de venta y las actividades de marketing son fundamentales para dar a conocer el negocio y crear valor de marca. Estas actividades se llevarán a cabo tanto a través de internet (redes sociales y el sitio web), como mediante la distribución de material de folletería en el punto de venta y en proyectos inmobiliarios de la comuna de interés. • Al finalizar la evaluación



económico-financiera se concluye que el proyecto es rentable y el retorno de la inversión es superior al costo de oportunidad de ésta, con una tasa interna de retorno superior a la tasa de descuento estimada. El capital invertido al inicio del proyecto se recupera a partir del cuarto año de ejercicio. • Dado que la rentabilidad del proyecto está fuertemente influida por el valor residual de la empresa, es vital para la rentabilidad del negocio la creación de valor de marca. • El punto de equilibrio donde el proyecto cubre sus gastos y costos está cuando vende en promedio 129 muebles al año, punto a partir del cual el proyecto comienza a generar utilidad.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Antecedente N°1: APLICACIÓN DE UN SISTEMA DE COSTOS POR ÓRDENES PARA OPTIMIZAR EL USO DE LOS RECURSOS EN LA EMPRESA FÁBRICA DE SUEÑOS SAC TRUJILLO 2013” universidad privada Orrego, facultad de Ciencias económicas. Tesis para optar el Título de contador público- **Autores:** Aguilar lujar Karen Marite y Carrión robles Yackelin Genara.

Objetivo General. – demostrar que con la aplicación de un sistema de costos por órdenes se optimiza el uso de los recursos en la empresa fábrica de sueños SAC.

Objetivos específicos. - elaborar un diagnóstico en la empresa fábrica de sueños para determinar la situación del uso de los recursos. Diseñar el sistema de costos de acuerdo a la realidad y perspectiva de la empresa. Aplicar el sistema de costos por órdenes para determinar el efecto sobre el uso de los recursos en la empresa fábrica de sueños SAC. Medir los resultados después de la aplicación del sistema de costos por órdenes elaborando un cuadro comparativo con los resultados del diagnóstico en la empresa fábrica de sueños SAC.



Conclusiones. El diagnóstico realizado en la empresa fábrica de sueños permitió evidencia los insuficientes procedimientos y el control de los materiales y recursos empleados para la producción de colchones. Con la aplicación de un sistema de costos por órdenes permite optimizar el uso de los recursos (materiales, humanos y factor de tiempo) en la empresa fábrica de sueños. Con respecto al planeamiento y control de los recursos empleados en cada orden de pedido queda demostrado que con la aplicación de este sistema de costos por órdenes es más eficaz y eficiente la información obtenida quedando como base para posteriores ordenes de pedido. Los datos obtenidos a través de la implementación del sistema de costos al ser comparados con los costos procesados antes de la aplicación del sistema, evidencia una disminución en s/ 2311.01 del costo total de la orden de pedido, es decir, una reducción del 5.16% en cuanto a la optimización del uso de los recursos en la empresa fábrica de sueños.

2.1.3. Antecedentes Locales

Antecedente N°1: “LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN COMERCIALIZACIÓN Y LAS VARIACIONES ECONÓMICAS QUE AFECTA A LOS FABRICANTES DE MUEBLES EN LA FERIA SEMANAL DE LA PLAZA TÚPAC AMARU DISTRITO DE WANCHAQ –CUSCO PERIODO 2015” UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO - PERÚ. Para optar el título profesional de Contador Público. **Autores:** Claudia Diana Quispe Rojas y Alan Josve Mamani Rojas.

Objetivo General. - Identificar las variaciones económicas que os costos de producción y comercialización de los fabricantes de muebles en la feria semanal de la plaza Túpac Amaru distrito de Wanchaq – cusco periodo 2015. **Objetivos específicos.** - Determinar cómo establecen sus costos de producción en la actualidad los fabricantes de muebles en la feria semanal de la plaza Túpac Amaru distrito de



Wanchaq – Cusco periodo 2015. Establecer la forma actual de comercializar los productos de los fabricantes de muebles en la feria semanal de la plaza Túpac Amaru distrito de wanchaq – cusco periodo 2015. Identificar las variaciones económicas que afectan a la producción y comercialización de los fabricantes de muebles en la feria semanal de la plaza Túpac Amaru distrito de Wanchaq – Cusco periodo 2015. **Conclusiones.-** La más importante de los hallazgos que se refieren a las variaciones económicos que afectan los costos de producción y comercialización es que el 80% de los encuestados afirman que el precio de venta fijado para un determinado mueble, a medida que pasan las horas se disminuyen sustancialmente llegando al extremo inclusive de rematar el producto por menos de su costo de producción, puesto que si no venden se quedan sin capital de trabajo para la siguiente semana y caso contrario tienen que pagar almacenaje hasta la siguiente semana, mientras que el 20% indicaron que no rebajan el precio de su producto ni lo rematan debido a que tienen un precio fijo que se supone que son los revendedores como se puede observar

Antecedente N° 2: TESIS “COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES DE MADERA EN EL ESTABLECIMIENTO PENITENCIARIO DE QUENCORO – VARONES DEL CUSCO – PERÍODO 2015”. Universidad andina del cusco - Perú facultad de ciencias económicas, administrativas y contables. Para optar el título de Contador Público. **Autores:** Danilo Chalco Benique Bachiller Edwin Jhoel Delgado Quispe

Objetivo general. - Establecer las circunstancias económicas que generan los costos de producción en la comercialización de muebles de madera del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, Periodo 2015. **Objetivos específicos.** – Identificar las circunstancias económicas



que generan los costos de producción en la comercialización de muebles de madera del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco a través de un proyecto a cargo del INPE. b) Identificar las circunstancias económicas que generan los costos de producción en la comercialización de muebles de madera del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco a cargo del interno. c) Establecer las circunstancias económicas ideales en la producción y comercialización de muebles de madera del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco.

Conclusiones. - . En el Taller de Carpintería del Establecimiento Penitenciario de Varones del Cusco, los costos de producción de muebles de madera se determinan de forma empírica y anti técnica, repercutiendo directamente en la comercialización, según se demuestra en la Tabla N° 6 y en la Tabla N° 24 en el que los internos desconocen los costos de producción y costean sus productos a través del costo de Materia Prima, sin seguir una adecuada estructura de costos 2. El INPE no impulsa y propicia los proyectos de producción y comercialización de muebles de madera; esto a causa de la falta de presupuesto y escasa asignación de recursos, así en la Tabla N° 17 el 80% de internos manifiestan que el INPE no ejecuta ni desarrolla proyectos de producción de muebles de madera, limitándose a ser un ente que realiza actividades administrativas. 3. La fijación de precios de venta por parte del interno se realiza de manera empírica, así en la Tabla N° 20 el 45% de internos fija sus precios de venta según los precios de mercado, un 32% lo fija al cálculo o tanteo, y solamente un 23% discrimina los costos de producción. 4. Los costos de producción entre un proyecto a cargo del INPE resultan ser elevados frente a los costos de producción a cargo del interno, la diferencia es sustancial; así para la producción de una silla según la Tabla N° 35, se aprecia que hay una diferencia del



38%, para la producción de una mesa según la Tabla N° 36 hay una diferencia del 19% y para la producción de una puerta según la Tabla N° 37 hay una diferencia del 29%, esto a causa de la reducción de Mano de Obra y de Otros Costos Indirectos de producción, situación que repercute directamente en la fijación de precios de venta. 5. Las actividades de comercialización de los muebles producidos, conforme se aprecia en la Tabla N° 21 se han visto desarrolladas y ejecutadas en un 43% a cargo de los propios internos, 31% a través de los familiares y 25% a través de terceros, quienes comercializan los muebles producidos. Estos familiares y terceras personas se convierten en intermediarios entre los internos y los revendedores, ocasionando que dentro de la cadena de valor se incremente el precio de venta del producto

2.2 Bases Teóricas

- **Costos de producción:** Son los que se generan durante el proceso de transformar la materia prima en un producto final. (Medina, 2007). Los costos de producción también llamados costos de operación son necesarios para mantener una línea de producción para poder obtener utilidades además se debe minimizar los costos para una obtención de mayor utilidad
- **Materia prima:** Es el primer elemento del costo y comprende los materiales que guardan una relación directa con el producto terminado bien sea por su clara identificación, por la fácil asignación a este o lo relevante de su valor. (Castaño, 2009). Las materias primas son con las cuales se inicia un proceso de producción además existe una relación relevante de valor con el producto terminado o final.



- **Mano de obra directa:** Es el segundo elemento del costo y comprende toda remuneración (salario, prestaciones sociales, aportes para fiscales, auxilio de transporte, horas extras, incentivos, etc.) a los operarios es decir trabajadores que interviene directamente en la transformación de las materias primas. (Castaño, 2009). La mano de obra es el esfuerzo físico y mental que emplea el operario para fabricar, mantener o reparar un bien y a cambio recibir un salario; este concepto nos ayudara a entender la importancia de la mano de obra en el proceso productivo de muebles.
- **Cif:** es el tercer elemento del costo e incluye aquellas erogaciones necesarias para producir diferentes materias primas y mano de obra directa. Se compone, entre otros, de: Materiales, repuestos y accesorios. (Castaño, 2009). Son todos aquellos costos que se acumulan de los materiales y la mano de obra indirectos más todos los costos incurridos en la producción pero que en el momento de obtener el costo del producto terminado no son fácilmente identificables de forma directa con el mismo.
- **Materiales indirectos:** “Materiales respecto a los que no es posible o no resulta rentable conocer qué productos concretos han provocado el consumo real de los mismos, ya sea por no existir una relación de causalidad conocida entre el consumo del material y los productos obtenidos, ya sea porque no son pertinentes dichos registros, dada la escasa importancia económica de estos datos para el cálculo del coste de cada uno de los productos. Los costes asociados a este tipo de materiales se asignan indirectamente entre los portadores, recurriendo a su reparto en función de elementos como los niveles de actividad, el consumo de otros factores, los niveles de producción obtenida, etc.” (Castaño, 2009). Son aquellos materiales necesarios y que son utilizados en la elaboración de un producto, pero no son fácilmente



identificables o que no amerita llevar un control sobre ellos y son incluidos como parte de los costos indirectos de fabricación como materiales indirectos. Por ejemplo las etiquetas y aceites para las maquinas.

- **Mano de obra indirecta:** “Los costos de mano de obra indirecta se refiere a los salarios pagados a los trabajadores que realizan tareas que no contribuyen directamente con la producción de bienes o la prestación de servicios, tales como los trabajadores de apoyo que ayudan a posibilitar a otros producir bienes.”. (Castaño, 2009). Por ejemplo, una fábrica puede emplear trabajadores de limpieza para mantener las instalaciones limpias, capataces para supervisar los trabajadores de producción y guardias de seguridad para mantener seguras las instalaciones. Todos estos trabajadores están involucrados en mano de obra indirecta, ya que no producen de hecho ningún bien. Ejemplos de otros trabajadores que realizan trabajos indirectos incluyen gerentes, contadores y personal de mantenimiento.
- **Depreciación de maquinaria y equipo:** La depreciación es un procedimiento de contabilidad que tiene como fin distribuir de una manera sistemática y razonable el costo de los activos fijos tangibles, menos su valor de desecho, si lo tienen, entre la vida útil estimada de la unidad. (Enguidanos, 2013) La importancia de la depreciación de maquinaria y equipo es separa una parte según el porcentaje de depreciación para poder renovar durante el tiempo de depreciación de una máquina y equipo para tener una producción sostenida.
- **Servicios básicos:** “El acceso a los servicios básicos que hacen posible tener vivienda digna para la población, es otro indicador de las condiciones favorables en el



bienestar social y por tanto en el nivel relativo de desarrollo, el hecho que las coberturas en servicios de agua potable, drenaje sanitario y energía eléctrica se vean incrementadas a favor de una mayor población reduciendo así las disparidades sociales, sugieren un mejor nivel de desarrollo al reducir en este mismo sentido las enfermedades y aumentar la calidad de vida que finalmente significa acumulación de capital humano.” (Álvarez, 2001)

- **Embalajes:** “Es una forma de empaque que envuelve, contiene, protege y conserva los productos envasados; facilita las operaciones de transporte al informar en el exterior las condiciones de manejo, requisitos, símbolos, e identificación de su contenido.” (Espinoza, 2012). El embalaje es la protección del producto durante el transporte o almacenamiento. El embalaje está más orientado hacia la logística y las exportaciones.
- **Sistema de costos:** “Un sistema de costos es un conjunto de procedimientos, técnicos, administrativos y contables que se emplea en un ente, para determinar el costo de sus operaciones en sus diversas fases, de manera de utilizarlo para fines de información contable, control de gestión y base para la toma de decisiones.” (Enguidanos, 2013). El concepto de sistemas nos ayudara a comprender los procedimientos, técnicas, registros e informes estructurados y otros principios técnicos, que tienen por objeto la determinación de los costos unitarios de producción y el control de las operaciones fabriles.
- **Costos históricos:** “son todos aquellos costos ya realizados, es decir que se han incurrido en el proceso de producción, en otras palabras el costo real está formado



por todos los gastos que se incurren en la fabricación de un producto o prestación de un servicio.” (Centro de Investigación Tecnológica de la Madera, 2009) el concepto de costos históricos nos ayudara entender los gastos incurridos en la fabricación de muebles y en el servicio de este.

- **Costos por orden de producción u órdenes específicas:** “El sistema de costos por órdenes específicas está especialmente diseñada y funciona a la perfección en empresas como: imprentas, construcciones, metalmecánicas, industria de muebles, aeronáuticas y algunas empresas de servicio. El sistema de costos por órdenes específicas aplica a las empresas que, por su naturaleza y características, ajustan y adaptan su producto a las indicaciones de los clientes.” (Carlos Sabino, 1991). El sistema de contabilidad de costos por órdenes específicas, conocido también como sistema de costos por órdenes de producción, por lotes, por pedido u órdenes de trabajo, es un sistema de acumulación de costos de acuerdo a las especificaciones de los clientes o en algunos casos para ser llevados al almacén de productos terminados, en el cual los costos que intervienen en el proceso de producción de una cantidad específica o definida de productos se acumulan o recopilan sucesivamente por sus elementos (materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos), los cuales se cargan a una orden de trabajo, fabricación o producción, sin importar los periodos de tiempo que implica.
- **Costos por procesos:** “En el costeo por procesos, el costo unitario de un producto o servicio se obtiene a partir de la asignación de los costos totales a muchas unidades similares o idénticas, suponiendo que cada unidad recibe la misma cantidad de cada costo. Este sistema de costos supone, al mismo tiempo, que las unidades a costear



comparten todos los procesos productivos.” (Landabur, 2015). Este sistema de costos es ideal para empresas como departamentos de ensamblaje además el proceso de producción en el sistema de costos, es cíclico. Es decir, una etapa se presenta detrás de otra. Un producto pasa de departamento en departamento hasta llegar a su etapa final.

- **Costos pre determinados:** “Los costos predeterminados estimados es la primera de las técnicas utilizadas en las industrias, ya que su obtención se basa en el conocimiento y experiencia de los administradores que ya han determinado anteriormente los costos que se desean obtener y en ocasiones las organizaciones utilizan los métodos científicos como apoyo para verificar el resultado. (Tamagno, 2013) . De acuerdo a lo anterior se hace una estimación del costo que puede valer un artículo, por lo que debemos ajustarlo al costo histórico o real, ya que la estimación que se realizó sobre bases empíricas, tomadas de un periodo, considerando “lo que debería costar”. El cálculo que se hace de manera anticipada de los precios de venta, trajo como consecuencia la determinación del costo predeterminado estimado para que con el tiempo se incorporara a la contabilidad, gracias a ello se tienen datos precisos sobre productos en proceso, terminados, vendidos, etc.”
- **Costos Estimados:** son los que permiten calcular el costo del producto utilizando la experiencia y la observación; dicen cuanto puede costar el producto, tomando como referencia información acumulada y obtenida en procesos y periodos anteriores. (Castaño, 2009). Este concepto nos ayudara determinar el costo del producto en base a la experiencia y la observación de datos en periodos anteriores.



- **Costos estándar:** Permiten calcular el costo del producto con la utilización de métodos científicos como la estadística, estudios de tiempos y movimientos y otras aplicaciones de la ingeniería industrial; dicen cuanto debe costar el producto. (Castaño, 2009). Este concepto nos ayudara a determinar un costo estándar ayudados con herramientas como la estadística para poder determinar el costo del producto.
- **Costeo abc:** “El Método de Costeo ABC analiza las actividades de los departamentos indirectos dentro de una institución para calcular el costo de los productos terminados. Además plantea un análisis de las actividades. ABC trata entonces de establecer cuáles son las actividades que consumen recursos y por qué lo hacen. Actividades de cualquier tipo: ejecución de órdenes de ingeniería, cargue y arranque de máquinas, establecimiento de relaciones, fijación de requerimiento de compras, recepción, desembolso, rediseño de producto.” (Castaño, 2009). Es un modelo que se basa en la agrupación en centros de costos que conforman una secuencia de valor de los productos y servicios de la actividad productiva de la empresa. Centra sus esfuerzos en el razonamiento de gerencial en forma adecuada las actividades que causan costos y que se relacionan a través de su consumo con el costo de los productos. Lo más importante es conocer la generación de los costos para obtener el mayor beneficio posible de ellos, minimizando todos los factores que no añadan valor.
- **Teoría de Costos de producción**
“Es el resultado de los valores empleados en los tres elementos del costo, los cuales suelen ser necesarios para la elaboración de un determinado producto y servicios”. (Jorge Diaz Mosto, 2004)



Podemos decir que los costos de producción también se apoyan en los diferentes sistemas y modelos que permiten alcanzar objetivos como determinar el costo unitario, conocer el valor actualizado de los inventarios, materias primas, materiales, productos en proceso y productos terminados con sus respectivos valores los cuales nos servirán de base para elaborar estados financieros de costos de producción y costos de venta, estimar el margen de utilidad por unidad a venderse, elaborar presupuestos de ingresos y egresos en base a volúmenes y costos, para mejorar el desempeño de la empresa y generar mayor rentabilidad. (Gladys Beatriz Lucero, 2011)

Según (Jaime Flores Soria, 2009) indica, son las que se generan en el proceso de transformación de la materia prima en productos terminados para luego ser distribuidos y pueda llevar al consumidor final la cual se dividen en:

- Costo de materia prima que está integrado de los materiales.
- Costo de mano de obra que es el costo que intervine directamente el hombre en la transformación del producto.
- Gastos de fabricación.
- Costos de distribución y administración. (Jaime Flores Soria, 2009)

Estos factores que forman parte de los costos de producción son muy importantes, a través de ellas se determina cual es el costo de producción en un bien producido, para luego realizar un análisis, con la información obtenida del análisis se tomara en consideración para la toma de decisiones. (Jaime Flores Soria, 2009)

Los contadores definen al costo como un recurso sacrificado o perdido para alcanzar un objetivo específico. Un costo se mide por lo general como la cantidad monetaria que debe pagarse para adquirir bienes y servicios. Un costo real es el costo en el que se ha incurrido (un costo histórico o pasado), diferencia de un costo presupuestado,



que es un costo predicho o pronosticado (un costo futuro). Cuando se piensa en el costo, invariablemente se piensa en este dentro del contexto de identificar el costo de algo en particular. Llamamos a esto objeto de costos, que es cualquier cosa para la cual se desea una medición de costos. (T. Horngren, M. Datar, & V. Rajan, 2012)

- **Costo variable**

Un costo variable cambia totalmente en proporción con los cambios relacionados con el nivel de actividad o volumen total de producción de algún bien o servicio dentro de una empresa en todo el proceso de producción de un objeto. (T. Horngren, M. Datar, & V. Rajan, 2012)

El generador de costos de un costo variable es el nivel de actividad o volumen, cuyo cambio ocasiona modificaciones proporcionales en los costos variables. Por ejemplo, el número de vehículos ensamblados es el generador de costos del costo total de los volantes. Si los trabajadores que se ocupan de la configuración de las máquinas reciben un sueldo por hora, el número de horas para la configuración de las máquinas es el generador de costos del total de costos (variables) para tal actividad. (T. Horngren, M. Datar, & V. Rajan, 2012)

Es considerado "un costo que cambia total en proporción a los cambios de un factor de costos que se desarrolla en el proceso de producción. Es un patrón de comportamiento de costos que se encuentran con mayor frecuencia, y que se reconocen en los sistemas existentes de contabilidad administrativa". Son aquellos costos que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación de un determinado bien o servicio elaborado por la empresa con el fin de vender en el mercado. (Merlin Lazo Palacios, 2013)



- **Mantenimiento**

Es la actividad del mantenimiento consiste en reparar los equipos y maquinarias que habían dejado estar operativos y para evitar que se produzca averías en los equipos de trabajo, por tal motivo las empresas en el área de mantenimiento deben dotar de conocimientos e información al personal que está encargada del área, siendo eficiente en el mantenimiento. (SEAS, 2012)

- **Costos fijos**

Un costo fijo se mantiene estable en su totalidad durante cierto periodo de tiempo de la producción, a pesar de los amplios cambios en el nivel de actividad o volumen total de la producción de los bienes y servicios. Los costos que son fijos en el corto plazo no tienen un generador de costos en el corto plazo, aunque sí podrían tenerlo en el largo plazo. Considere los costos por probar, digamos, 0.1% de las impresoras a color fabricadas en una planta de Hewlett-Packard. Tales costos consisten en costos de equipos y costos de personal del departamento de pruebas, los cuales son difíciles de cambiar y, por lo tanto, son fijos en el corto plazo con respecto a las variaciones en el volumen de producción. En este caso, el volumen de producción no es un generador de costos para los costos de prueba en el corto plazo. Sin embargo, en el largo plazo, Hewlett-Packard aumentará o disminuirá el equipo y el personal del departamento de pruebas a los niveles necesarios para dar apoyo a los volúmenes de producción futuros. (T. Horngren, M. Datar, & V. Rajan, 2012)

Considerado como un costo que no cambia a pesar de los cambios de un factor de costos en un corto plazo. Es un patrón de comportamiento de costos que se encuentran con mayor frecuencia, y que se reconocen en los sistemas existentes de contabilidad administrativa. Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el



corto plazo o para ciertos niveles de producción, las cuales no dependen del volumen de productos producidos a lo largo de la actividad desarrollada. (Merlin Lazo Palacios, 2013)

- **Alquiler del local**

El contrato de arrendamiento de vivienda es aquél en que el arrendador (propietario de la vivienda) cede el uso y disfrute de una vivienda para uso habitual y permanente del arrendatario (también llamado inquilino, que es quién va a alquilar la vivienda para vivir en ella), de su cónyuge no separado legalmente o, de hecho, o de sus hijos dependientes, por un tiempo determinado y a cambio de una renta. Este concepto también se aplica al mobiliario, los trasteros, las plazas de garaje y cualquier otra dependencia, espacio o servicio que se ceden como accesorios a la vivienda arrendada. (OIV, 2014)

- **Maquinarias**

Conjunto de piezas u órganos unidos entre sí, uno por lo menos móvil, y en su caso órganos de accionamiento, circuitos de mando y potencia, asociados para distintos tratamientos de un material. Su fuente de alimentación de energía no debe ser la fuerza humana empleada directamente. (OIV, 2014)

- **Sueldo del personal**

Tomando como punto de partida la definición legal que del mismo proporciona el art.26.1 del Estatuto de los Trabajadores «Se considerará salario la totalidad de las percepciones económicas de los trabajadores, en dinero o en especie, por la prestación profesional de los servicios laborales por cuenta ajena, ya retribuyan el

trabajo efectivo, cualquiera que sea la forma de remuneración, o los periodos de descanso computables como de trabajo» (Rosario Ugarte Garcia, 2001)

Según el Prof. Américo Plá Rodríguez, salario es el conjunto de ventajas económicas, que obtiene el trabajador como consecuencia de su labor prestada en virtud de una relación de trabajo. (Hernán Clavel Salazar, 2013)

- **Fundamentos de la comercialización**

Existe una relación muy estrecha entre la comercialización y el marketing, la cual para efectos de este trabajo se considera necesario explicarla.

De acuerdo con la American Marketing Association (AMA) (citado en Cook, 1997) el término marketing implica todo el “proceso de planeación, ejecución y conceptualización de precios, promoción y distribución de ideas, mercancías y técnicas para crear intercambios que satisfagan objetivos individuales y organizacionales”.

Marketing envuelve un concepto más amplio, ya que incluye aspectos de la determinación de las necesidades del mercado y la satisfacción de éstas, mientras que la comercialización, según (Chávez, 2007), forma parte del primero, pero está centrada principalmente en aspectos operativos, relacionados con la forma de vender los productos.

La comercialización, de acuerdo con (Ugarte, 2000), es un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, encaminadas a facilitar el intercambio de productos y servicios. Se da en dos planos: micro y macro. El primero observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven. El segundo considera ampliamente todo el sistema de producción y distribución de una economía.



La micro comercialización, es la ejecución de actividades encaminadas a cumplir los objetivos de una organización. Ésta busca prever las necesidades del cliente y establecer entre el productor y el cliente una relación de intercambio de bienes y servicios para satisfacer estas necesidades. Se lleva a cabo igualmente en organizaciones con o sin fines de lucro.

- **Elementos de la comercialización**

De acuerdo con la guía acerca de la elaboración del plan de marketing para artesanos (2003) presentada por el Centro de Comercio Internacional [CCI], en conjunto con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [Unesco], una operación básica de comercialización se basa en tres elementos principales:

1. **Análisis:** implica estudiar los distintos componentes del entorno de mercado antes de adoptar una decisión estratégica. Los estudios cualitativos y cuantitativos realizados generalmente se enfocan en el mercado, sus proveedores, competidores, clientes, entorno, productos, sistemas de distribución y modos de comunicación. Los resultados de estos estudios proporcionan información valiosa, que ayuda a la persona o empresa a identificar nuevos mercados, clientes y productos.
2. **Estrategia y planificación:** en donde una persona o empresa puede utilizar los resultados de los estudios realizados previamente para adaptar una estrategia ya existente o crear una nueva dirigida a segmentos determinados del mercado, o posicionar los productos en el mercado de modo que estén al alcance de los consumidores deseados. Es aquí donde surge la estrategia de comercialización. Para lo que se deberá elaborar un plan comercial para poder aplicar esta

estrategia. Este plan comercial comprende un plan de acción para cada actividad comercial: estudio de costos y precios, promoción, distribución y relaciones con los clientes.

3. Acción: consiste en aplicar las decisiones adoptadas para poder promover, distribuir y vender los productos que deberán satisfacer las necesidades e intereses de los clientes.

En forma esquemática el CCI y la Unesco plantean que el ciclo económico de la empresa tiene como características las siguientes:

- **Comercialización**

Según (Philip Kotler, 1995) "el proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto en el mercado. De esta manera se infiere que, en la comercialización de un nuevo producto la decisión del tiempo de ubicarlo para la venta es crítico y lleva consigo consideraciones adicionales; porque si reemplaza a otro, esto podría retrasar su introducción hasta que se acabe el stock del producto ya situado en el mercado. Si el nuevo producto es de demanda estacional podría mantenerse hasta que llegase el momento oportuno, siempre que responda a atributos similares o superiores al anterior y que pueda llegar a ser aceptado y preferido por los clientes". Por tal razón es necesario tener estrategias de introducción para el mercado, con la finalidad de dar mayor involucramiento con los nuevos productos que la empresa busca posicionar sus productos. (Philip Kotler, 1995)



“Es el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes se sientan satisfechos, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman. En consecuencia la comercialización es como el proceso que se ocupa de aquello que los clientes desean y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece. Por tanto, es un conjunto de actividades realizadas por las organizaciones y un proceso social que se da en la sociedad para seguir un orden y poder dar mayor énfasis en el proceso de comercialización”. (Manuel Guerrero Garcia & Yasmisleydis Perez Martinez, 2009)

Por diferentes autores es considerado como un proceso de intercambio de mercancías, finanzas e información se tiene que estas son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar y lograr información del mercado, debe comenzar a partir de las necesidades potenciales del cliente, no del proceso de producción ya que satisfaciendo sus necesidades se crean otras necesidades. También significa entregar los bienes y servicios a los consumidores que desean y necesitan, conseguirles los productos en el momento oportuno, en el lugar adecuado y a precio conveniente. (Manuel Guerrero Garcia & Yasmisleydis Perez Martinez, 2009)

Se denomina comercialización a la “planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado se encuentre en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requeridos, garantizando así unas ventas rentables” (Nicholas Gregory Mankiw, 2008, pág. 260). Teniendo los conceptos de la comercialización, es necesario buscar la innovación en el proceso de la venta del producto, la cual debe estar al alcance de



los clientes para dar mejor servicio y que el cliente se sienta satisfecho con los productos que ofrece las empresas. (Manuel Guerrero Garcia & Yasmisleydis Perez Martinez, 2009)

- **Mercado**

Se conocen diferentes definiciones del concepto de mercado; éstas varían de acuerdo al área de conocimiento en que se utiliza el concepto y a los criterios de los autores que han tenido la preocupación de buscar una definición adecuada para el mismo. Es común encontrar que cada persona define mercado como mejor le parece o le conviene: cuando un accionista habla acerca de éste se refiere al mercado de valores o de capital; para un ama de casa es el lugar donde compra los productos que necesita; desde el punto de vista de la economía, madre de la mercadotecnia, es el lugar donde se reúnen oferentes y demandantes y es ahí donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda. Para efectos de la mercadotecnia, un mercado está conformado por los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio. (Laura Fischer & Jorge Espejo, 2011)

Es considerado como: "el lugar donde se reúnen y operan comercialmente los compradores y los vendedores, y donde se ofrecen a la venta bienes y servicios y se realizan transferencias de los títulos de propiedad de estos productos". Y también podemos entender por Mercado "la demanda agregada desde los compradores y los consumidores, utilizadores y usuarios de un producto, de una idea o de un servicio". Por tales motivos los Clientes de una empresa se definen en relación con la frecuencia de compra o de consumo de sus productos. Es este determinado grado



de fidelidad a los productos que la empresa ofrece, a su marca lo que realmente define a nuestros Clientes. Y no solo la compra esporádica no recurrente por parte del cliente y poder recomendar a otros clientes. (Perez & Perez Martinez de Ubago, 2006)

- **Mercado real**

Conjunto de personas que constituyen en un período considerado la clientela de un producto concreto. Son los consumidores y compradores efectivos que llevan el producto en lugar y tiempo determinado. (Perez & Perez Martinez de Ubago, 2006)

- **Mercado potencial**

Conjunto de personas que podrían, si se dan las circunstancias idóneas para ello, ser compradores futuros de nuestros productos, ideas y servicios en un periodo de tiempo previamente determinado. Esta segunda categoría de personas tiene la posibilidad casi cierta de constituirse en Mercado real actual en función que se activen o no determinadas características en sus comportamientos de compra. (Perez & Perez Martinez de Ubago, 2006)

- **Canales de comercialización**

El canal de comercialización lo constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí que llevan los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios finales, las decisiones sobre los canales de comercialización dan a los productos los beneficios del lugar, y los beneficios de tiempo al consumidor. La cuales indican lo siguiente: Acercar el producto al



consumidor para que no recorra grandes distancias para obtenerlo y satisfacer su necesidad, llevar un producto al consumidor en el momento más adecuado. Los diferentes tipos de canales de comercialización corresponden a las condiciones de cada empresa, aunque en muchas de las ocasiones no constituyan un canal a la medida. Por esta razón el diseño del canal es un problema periódico para las empresas establecidas y una gran dificultad para los nuevos productores. Para iniciar se deben determinar los objetivos y las limitaciones de los canales de comercialización; así mismo, los mercados que serán la meta del esfuerzo mercadológico de la empresa. (Laura Fischer & Jorge Espejo, 2011)

Durante el proceso de planeación y diseño de los canales se da por hecho que van surgiendo los mercados meta posibles; encontrando los vínculos estructurales y funcionales que representen para el productor el máximo ingreso o un mínimo de costo de comercialización. En el diseño de los canales deben considerarse tanto los factores ambientales como las condiciones económicas y la legislación. Cuando las condiciones económicas no son muy prósperas, a los productores les interesa llevar sus productos al mercado de modo que resulten menos caros a los consumidores finales. (Laura Fischer & Jorge Espejo, 2011)

- **Ventas Directos**

Se entiende como las ventas directas al consumidor final los productos realizados sean bienes o servicios, sin la necesidad de intermediarios, sino la misma empresa vende de forma directa al cliente. Comercialización fuera de un establecimiento mercantil de bienes y servicios directamente al consumidor, mediante la demostración personalizada por parte de un representante de la empresa vendedora, lo que la distingue de las denominadas ventas a distancia, en las que no existe un



contacto personal entre la empresa vendedora y el comprador. (Carlos Ongallo, 2007)

- **Plaza**

También conocida como Posición o Distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. Sus variables son las siguientes: Canales, Cobertura, Surtido, Ubicaciones, Inventario, Transporte, Logística (Philip Kotler & Kevin Keller, 2006)

- **La comercialización y la producción**

Estos términos están muy relacionadas y el estudio de cada una de las disciplinas debe tener en cuenta la otra en una sesión de estudios en 24 1964 (OCDE) se llegó a un acuerdo en que la comercialización constituye un proceso que empieza en el momento en que el agricultor toma la decisión de producir un producto agrario para la venta. Es la forma de cómo se distribuyen o se vende los productos hacia los mercados para ser comercializados dentro y fuera del país y de esta manera llegar al consumidor final de una manera adecuada y con facilidad para poderlos consumir. La producción es contar con los productos listos para ser comercializados en el mercado objetivo. (Caldentey., España Madrid)

- **Nuevos mercados**

Percepción subjetiva, pero de gran importancia para el futuro del producto. Podemos definir como mercado al lugar al que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio acordado entre el



ofertante y demandante. Referimos a nuevos mercados cuando la empresa sobresale los parámetros establecidos referidos al mercado que abarca. Extender el alcance de la empresa a través de la expansión geográfica o de la categoría. Abarcar nuevos mercados exhibe el desarrollo de la empresa la cual va obteniendo mayor reconocimiento por la calidad de bienes que se ofrece y el reconocimiento de los demandantes. (David Pérez Ubago & Isabel Martínez de Pérez, 2006)

- **Producción**

Desde el punto de vista técnico, producción consiste en un proceso que se caracteriza porque empleando unos factores y actuando sobre ellos somos capaces de obtener un producto en forma de bien o servicio. Para que el proceso de producción pueda darse, necesitamos lo necesario para la producción, que son los factores o entradas en el proceso, que a su vez son mano de obra, energía, materias primas...; factores elementales que son: la tecnología, materiales, energía, capital, trabajo e información. Además de ellos, la producción no será posible sin otros factores como un diseño de proceso (diseñar previamente cómo va a ir la producción) serían los factores creativos (qué producto y cómo lo desarrolló), estos factores serán: investigación y desarrollo y configuración de productos y procesos. Y, finalmente, está el factor dirección que son: la planificación, la organización y el control (también imprescindible). (Carlos Javier Álvarez Fernández, 2000)

Es la actividad que aporta valor agregado por creación y suministro de bienes y servicios, es decir, consiste en la creación de productos o servicios y, al mismo tiempo, la creación de valor. Es la actividad que se desarrolla dentro de un sistema económico. Más específicamente, se trata de la capacidad que tiene un factor productivo para crear determinados bienes en un periodo determinado.



Hablamos de producción cuando hacemos uso adecuado de los recursos que se tiene dentro de la empresa para la fabricación de bienes que posteriormente serán ofertados en el mercado ocupado por la empresa. (Carlos Javier Álvarez Fernández, 2000)

- **Materiales y Energía**

Incluso un pequeño esfuerzo por reducir el consumo de materiales y energía puede producir notables resultados. Esas fuentes vitales de la productividad incluyen las materias primas y los materiales indirectos (productos químicos, lubricantes, combustibles, piezas de repuesto, materiales técnicos y materiales de embalaje de proceso). (S. K. Mukherjee Singh & Duleep, 1975)

Entre los aspectos importantes de la productividad de los materiales cabe mencionar los siguientes:

- Rendimiento del material: producción de productos útiles o de energía por unidad de material utilizado. Depende de la selección del material correcto, su calidad, el control del proceso y el control de los productos rechazados;
- Uso y control de desechos y sobras;
- Perfeccionamiento de los materiales mediante la elaboración inicial para mejorar la utilización en el proceso principal;
- Empleo de materiales de categoría inferior y más baratos;
- Sustitución de las importaciones; mejoramiento del índice de rotación de las existencias para liberar fondos vinculados a las existencias con el fin de destinarlos a usos más productivos;
- Mejoramiento de la gestión de las existencias para evitar que se mantengan reservas excesivas;



- Promoción de las fuentes de abastecimiento. (S. K. Mukherjee Singh & Duleep, 1975)

- **Planta y Equipo**

Estos elementos desempeñan un papel central en todo programa de mejoramiento de la productividad mediante:

- Un buen mantenimiento;
- El funcionamiento de la planta y el equipo en las condiciones óptimas; el aumento de la capacidad de la planta mediante la eliminación de los estrangulamientos y la adopción de medidas correctivas;
- La reducción del tiempo parado y el incremento del uso eficaz de las máquinas y capacidades de la planta disponibles. (S. K. Mukherjee Singh & Duleep, 1975)

La productividad de la planta y el equipo se puede mejorar prestando atención a la utilización, la antigüedad, la modernización, el costo, la inversión, el equipo producido internamente, el mantenimiento y la expansión de la capacidad, el control de los inventarios, la planificación y el control de la producción, etc. (S. K. Mukherjee Singh & Duleep, 1975)

2.3 Marco Conceptual

1. Por su relación con el contexto

- a. **Costos Directos:** Son fácilmente identificables en un producto; como el costo de los materiales directos y la mano de obra que laboro el producto; son aquellos que se pueden identificar y cuantificar planamente con los productos o áreas específicos y se asigna directamente a una unidad de



producción. Los costos directos también son aquellos cuyos hechos monetarios en un producto en una orden de trabajo pueden establecerse con precisión de fácil identificación con el producto elaborado. También pueden ser considerados como la suma de factores relacionados con la mano de obra directa y la materia prima que se emplean para la fabricación del producto que será comercializado estos costos son considerados gastos capaces de asociar con los artículos o áreas más específicas. Los materiales y la mano de obra directa son los ejemplos más claros. (Carlos Sabino, 1991)

- b. Costos Indirectos:** Estos costos no son identificables en el mismo producto como los costos de personal administrativo, materiales indirectos y otros gastos como impuestos, depreciación, etc. Tampoco pueden ser identificables en la elaboración de un determinado productos o lotes de productos, pero que se utilizan como complemento de las mismas. También pueden ser identificados como todos aquellos valores que se agregan a las órdenes de producción en una forma prorrateada ya que estos valores no se identifican directamente con las órdenes de producción. (Carlos Sabino, 1991)

2. Otros costos

- a. Costos Estimados:** Es la cantidad que, según la empresa, costara realmente un producto o la operación de un proceso durante un periodo de tiempo. (Carlos Sabino, 1991)
- b. Costos de Producción:** también llamados costos de operación. Son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso (por



ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto.

(Carlos Sabino, 1991)

c. Costo Unitario: Puede medirse en función de su producción y distribución.

Este costo es el que sirve para evaluar las existencias que aparecen en el balance general y estado de pérdidas y ganancias en los renglones de los inventarios de producción en proceso y productos terminados. También puede medirse en relación con la posibilidad de aplicar directa o indirectamente a la unidad los gastos incurridos. (Carlos Sabino, 1991)

d. Costo de Distribución: Comprende los gastos de

venta, propaganda, transporte, cobranza, financiación y gastos generales. Tiene la característica de ser una deducción directa de los ingresos que no se acumula en los libros al costo de la unidad producida. (Carlos Sabino, 1991)

e. Objetivo de los Costos: El principal Objetivo dentro de una empresa

dedicada a la producción es reconocer todos los costos para posteriormente ser incorporados en el precio de venta del producto final obtenido lo cual se dará mediante la interpretación detallada de los costos usados ya sean costos directos e indirectos. (Carlos Sabino, 1991)

f. Naturaleza de costos: El costo representa la suma de erogaciones, es decir,

el costo inicial de un activo o un servicio adquirido se de dinero en efectivo y otros valores refleja en el desembolso, o seas, un pasivo incurrido. Los costos deben diferenciarse de los gastos y de las pérdidas. Los costos representan una



porción del precio de adquisición de artículos, propiedades o servicios, que ha sido diferida o que todavía no se ha aplicado a la realización de ingresos. El activo fijo y los inventarios son un ejemplo de estos costos diferidos. Los costos se recuperan cuando los inventarios son vendidos, mientras que los gastos son aplicados en el periodo en que se incurren y en ese mismo periodo son recuperados. Los gastos son costos que se han aplicado contra el ingreso de un periodo determinado. Los salarios de oficina son gastos que se aplican al periodo durante el cual se producen. Las pérdidas son reducciones en la participación de la empresa por las que no se ha recibido ningún valor compensatorio, sin incluir los retiros de capital; por ejemplo, destrucción de una planta por huracán o incendio es un caso de pérdida. (Nicholas Gregory Mankiw, 2008)

- **Gasto:** Es todo aquello que disminuye nuestra utilidad y hasta puede llegar a generar pérdidas en la empresa; el gasto son conceptos que no serán recuperados. Pero los gastos que serán considerados en el momento de la producción serán estimados en el precio de venta a establecer. (Carlos Sabino, 1991)

- **Oferta:** Como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender bajo determinadas condiciones de mercado. Cuando las condiciones vienen caracterizadas por el precio en conjunto de todos los pares de precio de mercado y oferta, forman la llamada curva de oferta. Hay que diferenciar por tanto la curva de oferta, de una oferta actual o cantidad ofrecida que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio. (Carlos Sabino, 1991)



➤ **Demanda:** La demanda se define como la total cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o más. La demanda es una función matemática. $Y = f(x)$. Puede ser expresada gráficamente por medio de la curva de la demanda. La pendiente de la curva determina cómo aumenta o disminuye la demanda ante una disminución o un aumento del precio. Este concepto se denomina la elasticidad de la curva de demanda. (Carlos Sabino, 1991)

➤ **Precio:** es el valor en dinero en que se estima el costo de algo, sea un producto, bien o servicio. El precio suele medirse por unidades monetarias, a las cuales se les ha asignado un valor específico que varía de país a país, y que son empleadas para en la compra-venta de bienes y mercancías.

En este sentido, el precio refleja la relación de intercambio entre los bienes y servicios accesibles en el mercado, y como tal está sujeto a las leyes de la oferta y la demanda y, en algunos casos, a su regulación por parte de organismos oficiales. (Carlos Sabino, 1991)

➤ **Producto:** Es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer aquello que necesita o que desea un consumidor. Los productos tienen un ciclo de vida. Cuando son lanzados al mercado, las empresas deben realizar grandes inversiones en publicidad para que la gente conozca el producto. Cuando éste alcanza el éxito, experimenta una fase de crecimiento. Después llega la etapa de madurez y, finalmente, la decadencia. En caso de que el producto no sea aceptado en el mercado pueden llegar a ser extraídos del mercado. (Carlos Sabino, 1991)



- **Los materiales directos:** Son todos aquellos que pueden identificarse fácilmente en el producto terminado y representa el principal costo en la elaboración de este producto. Un ejemplo de material directo es la tela que se utiliza en la fabricación de camisas, pantalones, Chaquetas entre otras, el cuero que se utiliza para elaborar calzado, carteras, la madera que se utiliza para elaborar muebles entre otros. (Carlos Sabino, 1991)

- **Los materiales indirectos:** Son aquellos necesarios y que son utilizados en la elaboración de un producto, pero no son fácilmente identificables o que no amerita llevar un control sobre ellos y son incluidos como parte de los costos indirectos de fabricación como materiales indirectos. Un ejemplo de materiales indirectos son las etiquetas, los botones, el hilo, aceites para las máquinas, cajas de cartón para empaque que se utilizan en la industria textil. (Carlos Sabino, 1991)

- **Margen de Utilidad:** Las proporciones de margen de utilidad muestran las ganancias que puede generar tu empresa sobre ventas. Las empresas con márgenes fuertes de utilidad no tienen que vender tanto en volumen para obtener el mismo ingreso que las compañías con márgenes más bajos. Los márgenes pueden variar significativamente de una industria a otra. Las industrias que son más competitivas, por ejemplo, pueden contribuir a márgenes más bajos por todos los competidores en esa industria. Es más fácil cubrir tus costos fijos y obtener un ingreso neto por el período cuando se tiene un alto margen de utilidad bruta. Así, un margen de utilidad bruta alto le da a tu negocio una posición más estable y rentable. (Carlos Sabino, 1991)



- **Producto Principal:** Término equivalente al de producto conjunto. Es el producto de mayor valor que se produce simultáneamente con los subproductos. (Carlos Sabino, 1991)

- **Producto en Proceso:** Es la producción incompleta; los materiales que estén solo parcialmente convertidos en productos terminados que puede haber en cualquier momento. (Carlos Sabino, 1991)

- **Tipos y clases de clientes**

En la investigación a desarrollar se menciona la presencia de 3 tipos de posibles demandantes de perfil económico tipo “A”, “B” Y “C”.

Los demandantes o cliente de perfil económico tipo “A” serían los clientes objetivo por la calidad de producto ofrecido por la empresa.

Los demandantes o clientes de perfil económico tipo “B” y “C” serían considerados los clientes opcionales para que con las ventas a estos clientes se logre alcanzar el objetivo de venta y cubrir los gastos incurridos.

2.4 Ubicación de la empresa (reseña)

Pukllay es una empresa diferente a las demás pues en sus procesos de comercialización y producción respetamos y aportamos al bienestar humano, al equilibrio ecológico y al comercio justo, se cuenta con maquinaria moderna y especialistas que nos permite ofrecer un producto de alta calidad

Pukllay apuesta por la sostenibilidad y a la conservación de los bosques, a diferencia de otras carpinterías busca generar ingresos con la finalidad de apoyar los proyectos



sociales de la asociación Pukllasunchis y financiar becas de estudio para alumnos de bajos recursos de su centro educativo

Se encuentra ubicado en Anta Cachimayo, parte 3 n°3 predio recreo - Cusco

2.5 Formulación de Hipótesis

2.5.1 Hipótesis General

En la empresa industrial Pukllay, se ha optado por la producción de muebles en madera corriente, insumos, suministros de menor precio en sustitución de muebles y materiales finos cuya comercialización se dirige al mercado de menos recursos económicos .

2.5.2 Hipótesis Específicas

- a. La empresa industrial de muebles Pukllay EIRL en el distrito de Poroy- Cusco, ha optado por dar un giro en su producción de muebles de madera en lo que ha reducido costos sustancialmente utilizando madera corriente, insumos, suministros de menor precio por lo que se hace necesario una nueva estructura de costos.
- b. La comercialización de los muebles de madera corriente en la empresa industrial PUKLLAY EIRL ha incrementado significativamente desde el cambio de segmento de mercado, es decir, los nuevos clientes son pobladores que se encuentran en el entorno de la empresa e incluso en los distritos de Santiago, Izcuchaca, Cachimayo, Anta, cercado de Cusco entre otros.
- c. Las diferencias de los costos y precios de producir muebles de madera fina a madera corriente en la empresa Pukllay EIRL baja aproximadamente a 52%.



2.6 Variables

a) Variables

1. Costos de Producción de muebles de madera corriente
2. Comercialización



b) Operacionalización de Variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Costos de Producción	Es el valor en dinero de todos los elementos que se utilizan en la producción de un bien o servicio hasta lograr el producto o servicio, listo para ser vendido o entregado al área comercial de la empresa. (Centro de Investigacion Tecnologica de la Madera, 2009)	Comprender los conceptos y técnica para calcular los costos de producción, el punto de equilibrio y criterios para la reducción de los costos. (Centro de Investigacion Tecnologica de la Madera, 2009)	Costos por su incidencia en la producción: <ul style="list-style-type: none"> • Costos directos • Costos indirectos 	<ul style="list-style-type: none"> - Madera fina y corriente - Materiales directos - Mano de obra directa - Costos indirectos de Fabricación: <ul style="list-style-type: none"> materiales indirectos mano de obra indirecta servicios básicos gastos de comunicación depreciación - Mantenimiento
Comercialización	Es el de abrir nuevos canales de venta o la comercialización en otros mercados de los productos y/o servicios que ofrecen las empresas (Caldentey., España Madrid)	La Comercialización en nuevos mercados es inclinar las ventas a la población de menos recursos económicos pero que tienen un común denominador que es la calidad. (Caldentey., España Madrid)	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado • Canales de Comercialización 	<ul style="list-style-type: none"> - Mercado Actual o Real - Ventas - segmento de mercado - Promoción - Precio



CAPITULO III

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación

La investigación es básica y básica y descriptiva porque presenta en forma narrativa el proceso de transición de producción de muebles finos a corriente que son los costos de fabricación. (Tan & Vera, 2008)

3.2. Enfoque de Investigación

El presente trabajo de investigación tiene el enfoque cuantitativo, porque se trata de probar la hipótesis mediante la recolección de información. (Hernández Sampieri, Fernandez Collado, & Batista Lucio, 2014)

3.3. Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es No Experimental, porque no se manipula las variables deliberadamente y solo se observan fenómenos tal como se dan en su contexto natural para después analizarlo. (Hernández Sampieri, Fernandez Collado, & Batista Lucio, 2014)

3.4. Alcance de la Investigación

El presente trabajo de investigación tiene un alcance descriptivo porque se mide de manera independiente los conceptos o variables con los que se tienen que ver y por qué nos permite tener un contacto con la realidad. (Hernández Sampieri, Fernandez Collado, & Batista Lucio, 2014)

3.5. Población y Muestra de la Investigación

3.5.1. Población

En el trabajo de investigación la población lo constituye hoja de los costos de fabricación en la empresa Pukllay EIRL, Así mismo al gerente, al contador y al operario



3.5.2. Muestra

En el presente trabajo de investigación se aplicará un muestreo no probabilístico y la muestra para el presente trabajo de investigación estará constituida por los documentos alcanzados por la empresa, la entrevista al gerente al contador y operario.

POBLACIÓN = MUESTRA

3.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.6.1. Técnicas

Para el presente estudio se utilizarán las técnicas:

a) Observación

Con la finalidad de observar los hechos y actividades que se realizan en la empresa materia de investigación.

b) Entrevista:

La entrevista será una conversación dirigida con un propósito específico se hará una serie de preguntas a los entrevistados de Pukllay EIRL.

c) Revisión Bibliográfica

Se procedió a la consulta bibliográfica de textos relacionados al tema, revistas, tesis y otros documentos vinculados a la investigación.

3.6.2. Instrumentos

La recolección de datos se hará utilizando la entrevista.

3.6. Procesamiento de Datos

Los datos a ser recogidos en el trabajo de campo, serán analizados y procesados con ayuda de Microsoft Excel para construir tablas o gráficos.



CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Resultados respecto primer objetivo específico

Resultados respecto al primer objetivo específico: Establecer los costos de producción de muebles de madera corriente de la empresa industrial Pukllay E.I.R.L. en el distrito de Poroy- Cusco periodo 2016.

4.2 Resultado respecto al segundo objetivo específico

Identificar la comercialización de los muebles de madera corriente en la empresa industrial Pukllay E.I.R.L. en el distrito de Poroy- Cusco periodo 2016

4.3 Resultado respecto al tercer objetivo específico

Determina con base a las hojas de costos de madera fina y madera corriente la diferencia de costos y precios

I.- ESTABLECIMIENTO DE PRODUCCIÓN DE MUEBLES DE MADERA FINA CORRIENTE

Entrevista sobre producción con madera fina

Tabla 1. ¿Cuál es el segmento de mercado que se utiliza para la comercialización de madera fina?

<i>Respuestas</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>ONGs</i>	3	100%
<i>Institución educativa publica</i>	3	100%
<i>Institución educativa privada</i>	3	100%
<i>Empresa en general</i>	3	100%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 1 nos da a conocer las diferentes distribuciones a las que hace la Empresa Pukllay EIRL del distrito de Poroy Cusco, en donde 100% de entrevistados nos mencionan sus principales clientes de empresas representan una elite dentro de la sociedad cusqueña en las cuales esta son las ONGs, las instituciones educativas públicas, las instituciones educativas privadas e instituciones o empresas en general de un nivel económico considerable.

Tabla 2. Razón de cambio de materiales (madera, laca, lijara, clavos, etc.) de materiales finos a corrientes

<i>Respuesta</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>La escasez de demandantes en material fino</i>	3	100%
<i>Precio elevado de trabajos finos</i>	3	100%
<i>La competencia desleal</i>	3	100%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 2 nos da a conocer las razones que han generado el cambio de la producción de muebles de madera fina a madera corriente y por ende al cambio del mercado y que son: la escasez de demandantes en material fino, otra de las razones es porque el precio es muy elevado en cuestión de trabajos finos y la otra razón importante es porque la competencia es desleal en el distrito de Poroy.

Tabla 3 ¿Cuáles son sus materiales directos?

<i>Respuestas</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Madera fina (cedro y caoba)</i>	3	100%
<i>Insumos (triplay)</i>	3	100%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 3 nos demuestra cuales son los materiales directos que se utiliza en la Empresa Pukllay EIRL para la fabricación de muebles de madera, en donde el 100% de los dos encuestados que son el contador, el gerente y el maestro ebanista afirman los materiales directos únicamente están conformados por madera fina (cedro, caoba) y los insumos (triplay).

Tabla 4 ¿Por quienes están conformado su mano de obra directa?

<i>Respuestas</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Maestro ebanista, colaboradores y ayudantes</i>	3	100%
<i>operarios</i>	0	0%
<i>supervisor, seguridad</i>	0	0%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: elaboración propia

**INTERPRETACIÓN:**

En la tabla 4 nos da a conocer que los recursos humanos está conformado por maestro ebanista, colaboradores y ayudantes quienes son considerados como personal de planta y a tiempo completo.

Tabla 5 ¿Cuáles son sus costos indirectos de fabricación?

<i>Respuestas</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Materiales indirectos</i>	3	100%
<i>Mano de obra indirecta</i>	3	100%
<i>Servicios básicos</i>	3	100%
<i>Gastos de comunicación</i>	3	100%
<i>Cable</i>	3	100%
<i>Internet</i>	3	100%
<i>Gas</i>	3	100%
<i>Depreciación</i>	0	0%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 5 los entrevistados afirman que sus Costos Indirectos de Fabricación esta conformadas por: materiales indirectos (suministros), mano de obra indirecta (supervisor y seguridad) y CIF propiamente dichos (servicios básicos, gastos de comunicación, cable, internet, gas). No considera las depreciaciones como CIF.

Tabla 6. ¿Qué suministros se utiliza?

<i>Respuestas:</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Lijar</i>	3	100%
<i>Pegamento</i>	3	100%
<i>Waipe</i>	3	100%
<i>Clavos</i>	3	100%
<i>Tachuelas</i>	3	100%
<i>Laca</i>	3	100%
<i>Pintura</i>	3	100%
<i>Thiner</i>	3	100%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 6 nos da a conocer los suministros diversos que se utiliza en la Empresa Pukllay EIRL que son importantes para el acabado de los muebles de madera son principalmente la lija, el pegamento, waipe, los clavos, las tachuelas, la laca para los acabados, la Pintura, el thinner en la que se utiliza en la empresa para los acabados de los muebles de madera fina y para su comercialización y venta en el mercado.

Entrevista sobre producción con madera corriente**Tabla 7 ¿Cuáles son sus materiales directos?**

<i>Respuestas</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Madera corriente (saqsa, copaiba)</i>	3	100%
<i>Insumos (triplay)</i>	3	100%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 7 nos demuestra cuales son los materiales directos que se utiliza en la Empresa Pukllay EIRL para la fabricación de muebles de madera corriente, en donde el 100% de los dos encuestados que son el contador, el gerente y el maestro ebanista afirman los materiales directos únicamente están conformados por madera corriente (saqsa y copaiba) y los insumos (triplay).

Tabla 8 ¿Por quienes están conformado su mano de obra directa?

<i>Respuestas</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Maestro carpintero y ayudantes operarios</i>	3	100%
<i>supervisor, seguridad</i>	0	0%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: elaboración propia

**INTERPRETACIÓN:**

En la tabla 8 nos da a conocer que los recursos humanos está conformado por maestro carpintero y ayudantes quien es considerado como personal de planta y a tiempo completo.

Tabla 9 ¿Cuáles son sus costos indirectos de fabricación?

<i>Respuestas</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Materiales indirectos</i>	3	100%
<i>Mano de obra indirecta</i>	3	100%
<i>Servicios básicos</i>	3	100%
<i>Gastos de comunicación</i>	3	100%
<i>Cable</i>	3	100%
<i>Internet</i>	3	100%
<i>Gas</i>	3	100%
<i>Depreciación</i>	0	0%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 9 los entrevistados afirman que sus Costos Indirectos de Fabricación esta conformadas por: materiales indirectos (suministros), mano de obra indirecta (supervisor y seguridad) y CIF propiamente dichos (servicios básicos, gastos de comunicación, cable, internet, gas). No considera las depreciaciones como CIF.

Tabla 10. ¿Qué suministros se utiliza?

<i>Respuestas:</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Lijar</i>	3	100%
<i>Pegamento</i>	3	100%
<i>Waipe</i>	3	100%
<i>Clavos</i>	3	100%
<i>Tachuelas</i>	3	100%
<i>Laca</i>	3	100%
<i>Pintura</i>	3	100%
<i>Thiner</i>	3	100%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 10 nos da a conocer los suministros diversos que se utiliza en la Empresa Pukllay EIRL que son importantes para el acabado de los muebles de madera son principalmente la lija, el pegamento, waipe, los clavos, las tachuelas, la laca para los acabados, la Pintura, el thiner en la que se utiliza en la empresa para los acabados de los muebles de madera fina y para su comercialización y venta en el mercado.

Entrevista sobre costos de producción en madera corriente**Tabla 11. ¿Cómo establece su costo de producción?**

<i>Respuestas</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Por sumatoria</i>	3	100%
<i>Por proceso</i>	0	0%
<i>Por acumulación</i>	0	0%
<i>Por calidad del producto</i>	0	0%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 11 nos da a conocer como establece sus costos de producción en la Empresa Pukllay EIRL del distrito de Poroy Cusco, en donde el 100% de los encuestados señalaron que una de las formas de establecer sus costos de producción es por la sumatoria de los elementos de la producción de muebles de madera que se realiza en la empresa para distribución y comercialización en los diferentes mercados.

Tabla 12. ¿Cómo determina su costo unitario de producción?

<i>Respuestas</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>División de costo</i>	0	0%
<i>Costo total sobre N° de unidades</i>	3	100%
<i>Por número de unidades</i>	0	0%
<i>No sabe no opina</i>	0	0%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 12 nos da a conocer como determinan sus costos unitarios de producción en la Empresa Pukllay EIRL del distrito de Poroy Cusco, en donde el 100% de los entrevistados señalaron que efectivamente se utiliza los costos totales sobre número de unidades para poder determinar sus costos unitarios de producción de muebles de madera en la empresa.

Tabla 13 ¿Cómo establece su costo total?

<i>Respuestas</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Costo de producción + costo de administración + costo de comercialización y venta</i>	1	33.4%
<i>Costo de producción + costo de administración</i>	0	0%
<i>Costo de administración + costo de comercialización</i>	0	0%
<i>No sabe no opina</i>	2	66.6%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 13 nos demuestra como establecen su costo total en la Empresa Pukllay EIRL del distrito de Poroy Cusco, en donde el gerente de operaciones señalaron que efectivamente para poder hallar su costo total en la elaboración de muebles de madera se toma en cuenta

los costos de producción, más los costos de administración, más los costos de comercialización y ventas, mientras que los otros entrevistados indicaron que no sabe ni opina de los costos que se utiliza para establecer su costo total esto a se debe a que desconoce del tema de costos.

II.- RESULTADOS DE POTENCIAL DE COMERCIALIZACION

Tabla 14. ¿Cómo fija su precio de venta?

<i>Respuestas</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Margen de Utilidad%/Costo Total = VV+ IGV total PV</i>	3	100%
<i>Costo total</i>	0	0%
<i>Costo de producción</i>	0	%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 14 nos da a conocer como fijan sus precios de venta en la Empresa Pukllay EIRL del distrito de Poroy Cusco, en donde el 100% de los encuestados señalaron que efectivamente el incremento de un margen de utilidad porcentual sobre el costo total lo que viene a ser igual al valor de venta más el IGV nos resulta el precio de venta para los muebles de madera.

Tabla 15. ¿Cuál es el segmento de mercado que ha decidido proveer y vender?

<i>Responder</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Mercado internacional</i>	0	0%
<i>Mercado nacional</i>	0	0%
<i>Mercado local</i>	3	100%
<i>No sabe no opina</i>	0	0%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 15 nos demuestra en un 100% de encuestados que desde un inicio el segmento de mercado estuvo dirigido a un mercado de un nivel económico superior por lo que se elaboraban trabajos en el sistema de costos por órdenes de producción cuya característica como es de conocimiento universal es a pedido y/o a gusto del cliente. Al bajar considerablemente se prefiere cambiar de segmento de mercado hacia la población de recursos económicos más limitados lo que hace cambiar la política de la empresa a producir los muebles en un sistema de costos por procesos cuya característica es producción en lote o en serie y que se exhibe en su local para clientes ciudadanos, Cachimayo, Pucyura, Izcuchaca y Anta.

Tabla 16. ¿Con la utilización de madera corriente, insumos y materiales indirectos ha incrementado sus clientes, comercialización e ingresos?

<i>Respuestas</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Si</i>	3	100%
<i>No</i>	0	0%
<i>No sabe no opina</i>	0	0%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 16 nos demuestra si la utilización de madera corriente, insumos y materiales indirectos incremento sus clientes e ingresos en donde en un 100% de encuestados nos manifiestan que efectivamente el segmento de mercado de la población de recursos económicos bajos por sus limitaciones propias prefiere adquirir muebles y trabajos en madera corriente, por lo que justifica el cambio del segmento de mercado y por tanto incrementa el volumen de producción y de ventas a precios accesibles al bolsillo de la población con escasos recursos económicos.

Tabla 17. ¿El cambio de segmento de mercado es conveniente?

<i>Respuestas</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Si</i>	3	100%
<i>No</i>	0	0%
<i>No sabe no opina</i>	0	0%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 17 nos da a conocer si el cambio de segmento de mercado es conveniente para la empresa en donde en un 100% de encuestados señalaron que efectivamente con este cambio de segmento de mercado sería muy conveniente para la empresa porque definitivamente la rotación de producción en el mercado dirigido a aquellas personas, familias y negocios pequeños es muy considerable puesto que por este efecto de incrementa la demanda y obviamente hay mayores ingresos y rentabilidad para la empresa .

Tabla 18. ¿Cuándo bajo su demanda de producción en madera fina y de calidad, su empresa en un momento dado quiso tomar la decisión de suspender las actividades de la empresa?

<i>Respuestas</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Si</i>	3	100%
<i>No</i>	0	0%
<i>No sabe no opina</i>	0	0%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN:

En la tabla 18 nos da a conocer en un 100% de encuestados que efectivamente el fenómeno económico que sufre la empresa al declinar la demanda de clientes de nivel económico alto y por ende de aquellos que ordenan fabricar muebles específicos a sus necesidades optan por adquirir maquinaria y contratar personal para fabricar sus propios muebles o en la mayoría de casos empiezan a adquirir sus muebles en material madera, MDS, cartón prensado, entre otros y finalmente en los mercados conocidos como ferias, baratillo, etc.

**Tabla 19. ¿El mercado actual responde a sus expectativas?**

<i>Respuestas</i>	Frecuencia	Porcentaje
<i>Si</i>	3	100%
<i>No</i>	0	0%
<i>No sabe no opina</i>	0	0%
<i>Total</i>	3	100%

Fuente: Elaboración Propia**INTERPRETACIÓN:**

En la tabla 19 nos demuestra si el mercado actual está respondiendo o no a las expectativas planteadas por la empresa, en donde el 100% de los encuestados señalaron que, efectivamente el mercado está respondiendo a las expectativas esto debido sobre todo al volumen de ventas en material corriente, insumos, suministros de bajos precios y que además que permite a la empresa dar mayor uso a su capacidad instalada.

Por lo que se demuestra que el potencial del mercado del radio de acción de la empresa Puklla EIRL es con muebles corrientes debido fundamentalmente a que sus costos y precios han bajado considerando que los ingresos familiares que son bajos.

**III.- DIFERENCIA DE COSTOS Y PRECIOS DE PRODUCIR MUEBLES DE
MADERA FINA Y DE MADERA CORRIENTE.**

Tabla 20. Hoja de Costos en Madera Fina (Empresa)

NUMERO DE CONTACTO				
Email				
Dirección				
Nombre de lugar				
Articulo		Mesa circular para inicial con 6 sillas		
Medidas del producto		120*50 cm		
Cantidad de producto		1.00		
Presupuesto elaborado por:		MAESTRO EBANISTA		
Fecha		22/08/2017		

Material	Unidad Medida	Cantidad	Precio	Total costo
Madera nogal	PT.	55.00	5.60	308.00
Cola sintética	Galón	0.25	32.00	8.00
Laca selladora	Galón	0.5	0.50	0.25
Thiner Acrílico	Galón	2	15.00	30.00
Malamina de colores	Plancha	0.5	195.00	97.50
Ruteado	Unidad	3.5	2.00	7.00
Canteado a mano	Plancha	3.5	1.50	5.25
Canto frueso	Metro	4	3.00	12.00
Correderas Telescópicas	Juego	0	12.00	-
Lijar de banda ancha	Unidad	0	150.00	-
Triple de 4 mm	Plancha	0	50.00	-
Waipe	Kilo	0.1	12.00	1.20
Bisagras capuchinas	Par	0	10.00	-
Tornillos alcayata	Unidad	0	0.50	-
Nogalina	Kilo	0	25.00	-
Lijar de madera y al agua	Unidad	8	1.2	9.60
Tornillos toor de 7*10 mm	Unidad	0	1.20	-
Tornillos spac 4*50 mm	Ciento	0.4	15.00	6
Costo de Materiales				484.80
Costo de hora Maquina	Hora	4	20.00	80.00
Costo de mano de obra				
Maestro	Cantidad	Días		
Habilitado	1	1.2	100.00	120.00
Ensamblado	1	1.5	100.00	150.00
Armado	0	0	100.00	-
Aplicación de DD	1	0	100.00	-
Instalado	1	0	100.00	-



Instalado	2	0	100.00	-
	1		100.00	-
	1		100.00	0
Total costo de Maestro				270.00
Ayudantes				
Lijado	1	1	50.00	50.00
Armado	1	0	50.00	-
Laqueado	1	0.5	50.00	25.00
Instalado	1	0	50.00	-
Lijado de pasos en mantenimiento		0	50.00	-
Acabados		0	50.00	-
Total costo Ayudantes				75.00
Costo de Mano de obra				345.00
Costo de servicios de terceros				
Pulido		0	15	-
Serigrafiado		1	0	-
Otros				
Total costo de servicios terceros				-
Total costo de Producción				835.85
Gastos Administrativo /Imprevistos		10%		83.58
Embalaje				
Movilidad		1	100	100.00
Costo personal para obra				-
Costo Total sin utilidad				1,019.43
Utilidad		15%		152.91
Costo sin IGV				1,172.35
IGV		18%		211.02
Precio total				1,383.37

Fuente: Información proporcionado por la gerencia de Pukllay EIRL

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°20 que controla los costos en madera fina que como muestra se ha establecido para la producción de 06 sillas arroja un costo de producción S/.835.85. que aumentando los gastos administrativos, utilidad , IGV totaliza un precio de S/.1,383.37

Tabla 21. Hoja de Costos en Madera Corriente (Aporte)

NOMBRE DEL CLIENTE					
NUMERO DE CONTACTO					
Email					
Dirección					
Nombre de lugar					
Articulo		Mesa circular para inicial con 6 sillas			
Medidas del producto		120*50 cm			
Cantidad de producto		1.00			
Presupuesto elaborado por:		Raúl Cahuascanco			
Fecha		22/08/2017			
Material	Unidad Medida	Cantidad	Precio	Total costo	
Madera	PT.	55.00	2.10	115.50	
Cola sintética	Galón	0.25	5.00	1.25	
Laca selladora	Galón	0.5	0.30	0.15	
Thiner Acrílico	Galón	2	11.00	22.00	
Malamina de colores	Plancha	0.5	100.00	50.00	
Ruteado	Unidad	3.5	1.50	5.25	
Canteado a mano	Plancha	3.5	1.00	3.50	
Canto frueso	Matro	4	2.00	8.00	
Correderas Telescópicas	Juego	0		-	
Lijar de banda ancha	Unidad	0		-	
Triple de 4 mm	Plancha	0		-	
Waipe	Kilo	0.1	4.00	0.40	
Bisagras capuchinas	Par	0		-	
Tornillos alcayata	Unidad	0		-	
Nogalina	Kilo	0		-	
Lijar de madera y al agua	Unidad	8	1	8.00	
Tornillos toor de 7*10 mm	Unidad	0		-	
Tornillos spac 4*50 mm	Ciento	0.4	12.00	4.8	
Costo de Materiales				218.85	185.47
Costo de hora Maquina	Hora	4	15.00	60.00	
Costo de mano de obra					
Maestro	Cantidad	Días			
Habilitado	1	1.2	60.00	72.00	
Ensamblado	1	1.5	60.00	90.00	
Armado	0	0	100.00	-	
Aplicación de DD	1	0	100.00	-	
Instalado	1	0	100.00	-	
Instalado	2	0	100.00	-	
	1		100.00	-	



	1		100.00	0	
Total costo de Maestro				162.00	
Ayudantes					
Lijado	1	1	40.00	40.00	
Armado	1	0	50.00	-	
Laqueado	1	0.5	40.00	20.00	
Instalado	1	0	50.00	-	
Lijado de pasos en mantenimiento		0	50.00	-	
Acabados		0	50.00	-	
Total costo Ayudantes				60.00	
Costo de Mano de obra				222.00	
Costo de servicios de terceros					
Pulido		0	15	-	
Serigrafiado		1	0	-	
Otros					
Total costo de servicios terceros				-	
Total costo de Producción				467.47	
Gastos Administrativo /Imprevistos		10%		46.75	
Embalaje					
Movilidad		1	70	70.00	
Costo personal para obra				-	
Costo Total sin utilidad				584.21	
Utilidad		15%		87.63	
Costo sin IGV				671.84	
IGV		18%		120.93	
Precio total				792.78	

Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

Según la tabla N°21 considera los costos de madera corriente con la estructura de producir 06 sillas arroja un costo de producción de S/.467.47 , que añadidos los gastos administrativos , utilidades , IGV llega a un precio de S/.792.78

Tabla 22. Cuadro comparativo de costo con madera fina y madera corriente (Aporte)

CUADRO COMPARATIVO DE COSTO CON MADERA FINA Y MADERA CORRIENTE						
Material	Unidad Medida	Cantidad	MADERA FINA		MADERA CORRIENTE	
			Precio	Total costo	Precio	Total costo
Madera	PT.	55	5.6	308	2.1	115.5
Cola sintética	Galón	0.25	32	8	5	1.25
Laca selladora	Galón	0.5	0.5	0.25	0.3	0.15
Thiner Acrílico	Galón	2	15	30	11	22
Malamina de colores	Plancha	0.5	195	97.5	100	50
Ruteado	Unidad	3.5	2	7	1.5	5.25
Canteado a mano	Plancha	3.5	1.5	5.25	1	3.5
Canto frueso	Matro	4	3	12	2	8
Waipe	Kilo	0.1	12	1.2	4	0.4
Lijar de madera y al agua	Unidad	8	1.2	9.6	1	8
Tornillos espac 4*50 mm	Ciento	0.4	15	6	12	4.8
Costo de Materiales				484.8	218.85	
Costo de hora Maquina	Hora	4	20	80	15	60
Costo de mano de obra						
Maestro	Cantidad	Días				
Habilitado	1	1.2	100	120	60	72
Ensamblado	1	1.5	100	150	60	90
	1		100	0	100	0
Total costo de Maestro				270	162	
Ayudantes						
Lijado	1	1	50	50	40	40
Laqueado	1	0.5	50	25	40	20
Total costo Ayudantes				75	60	
Costo de Mano de obra				345	222	
Total costo de Producción				835.85	467.47	
Gastos Administrativo /Imprevistos		10%		83.58		46.75
Embalaje						
Movilidad		1	100	100	70	70
Costo personal para obra				-		-
Costo Total sin utilidad				1,019.43	584.21	
Utilidad		15%		152.91		87.63
Costo sin IGV				1,172.35	671.84	
IGV		18%		211.02		120.93
Precio total				1,383.37	792.78	

Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

El cuadro comparativo nos demuestra que hay una diferencia de producir con materiales finos que da un producto fino de muebles finos supera en 47.53% , vale decir que producir muebles de madera corriente implica solamente el 52.75% de los precios de muebles finos como se demuestra en el resumen del cuadro N°22

Tabla N° 22. RESUMEN (APORTE):

Costo Total sin utilidad				1,019.43		584.21	
Utilidad		15%		152.91		87.63	
Costo sin IGV				1,172.35		671.84	
IGV		18%		211.02		120.93	
Precio total				1,383.37		792.78	$57.3078786 = (792.78 * 100) / 1383.37$

Fuente: elaboración propia**INTERPRETACIÓN:**

El cuadro comparativo demuestra que la diferencia es de 590.59, del precio de madera corriente y madera fina y también demuestra que baja el precio total del producto en madera corriente en un 57.31% con respecto al precio total con madera fina.



CAPITULO V

DISCUSIÓN

5.1 Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos

En la empresa Pukllay EIRL distrito de Poroy Cusco en sus inicios han utilizado madera fina como: Cedro, Caoba Sphingo Y Aguano para la fabricación de los muebles para sus propias necesidades de los diferentes centros, oficinas, construcciones, etc y de algunas ONGs y sus pares de Arequipa y Puno.

Una vez comprobada xxxxxx su demanda utilizan madera corriente para su comercialización a pobladores de menores ingresos económicos.

El segmento de mercado que se utiliza en el entorno de la fábrica exige a la empresa bajar sus costos hasta el nivel de baratillo, plaza Tupac Amaru, productores de San Sebastián, etc

En sus inicios la empresa solo trabajaba con un sistema de costos denominado por órdenes de producción o de trabajo, de acuerdo con la demanda , ahora pretende homogenizar y masificar la producción .

Como resultado de la presente investigación se tuvo que tomar la decisión de producir muebles en lote o en serie para lo que se utiliza el sistema de costos por proceso

5.2 Limitaciones del estudio

Muestreo de documentos y muestra de entrevista limitados

Poca disponibilidad de tiempo del Gerente

Lejanía de la carpintería

El traslado de los muebles a la ciudad genera un costo adicional



Se ha demostrado que producir muebles de madera fina cuenta con un importe mayor a 47.53% de su similar muebles corrientes, que es apropiado al mercado de radio de acción porque constituyen familias de bajos recursos económicos

5.3 Comparación crítica con la literatura existente

Según el autor: Andrea Nataly Miranda; Mariaeugenia Zambrano Verduga y José Jonny Yaguana Hidalgo, en su TESIS “IMPLEMENTACIÓN DE UNA FABRICA, COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE UNA LÍNEA CONTEMPORÁNEA DE MUEBLES” 2009 GUAYAQUIL – ECUADOR, sostuvo como Objetivo General. - Hemos determinado que nuestro grupo o mercado objetivo serán las personas mayores de edad, que aproximadamente fluctúan desde los 18 años en adelante, que ya han adquirido parte de los muebles para su hogar o que han sido partícipes de la toma de decisiones en la compra de estos, en sus hogares originales. En nuestro trabajo de investigación hemos determinado que el cliente objetivo es todos aquellos sin límite de edad pero que tienen escasos recursos económicos

La empresa materia del presente estudio PUKLLAY coincide en el segmento del mercado que está dirigido al mercado local que cuentan con recursos limitados y lógicamente el cliente potencial se entiende que son también mayores de 18 años así como adultos y adultos mayores.

Según el autor Juan Carlos Ibacache Miquel en su tesis “ANÁLISIS TÉCNICO, ECONÓMICO Y ESTRATÉGICO DE EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE



MUEBLES MULTIFUNCIONALES PARA ESPACIOS REDUCIDOS EN LA REGIÓN METROPOLITANA, SANTIAGO DE CHILE 2014” UNIVERSIDAD DE CHILE FACULTAD DE CIENCIAS FÍSICAS Y MATEMÁTICAS DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA INDUSTRIAL. Sostuvo como Objetivo General Se analizó la factibilidad técnica, económica y estratégica de la creación de una empresa de comercialización muebles multifuncionales, para viviendas con espacios reducidos en la Región Metropolitana.

La empresa PUKLLAY coincide con los objetivos del trabajo porque también fabrica muebles para espacios reducidos puesto que las viviendas del mercado local donde venden sus muebles la empresa PUKLLAY son prácticamente habitaciones pequeñas y rústicas.

Según el autor: Aguilar lujar Karen Marite y Carrión robles Yackelin Genara en su tesis “APLICACIÓN DE UN SISTEMA DE COSTOS POR ÓRDENES PARA OPTIMIZAR EL USO DE LOS RECURSOS EN LA EMPRESA FÁBRICA DE SUEÑOS SAC TRUJILLO 2013” sostuvo como Objetivo General. – demostrar que con la aplicación de un sistema de costos por órdenes se optimiza el uso de los recursos en la empresa fábrica de sueños SAC.

En un inicio la empresa PUKLLAY solo utilizaba el Sistema de Costos por Órdenes de Producción para los clientes potenciales como ONGs, colegios privados, Instituciones públicas y privadas. Con el cambio de materias primas de fino a corriente se aplica también el Sistema de Costos por Procesos cuya característica es que se fabrica en lote o en serie y que lo podría adquirir cualquier cliente que esté de acuerdo con el



precio y la calidad, por tanto hay una coincidencia relativa porque en la actualidad excepcionalmente se usa el Sistema de Costos por Ordenes de Producción también conocido como Ordenes específicas de producción comúnmente conocidas al gusto del cliente, el mayor porcentaje se aplica el Sistema de Costos por Procesos.

Según el autor Autores: Claudia Diana Quispe Rojas y Alan Josve Mamani Rojas. “LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN COMERCIALIZACIÓN Y LAS VARIACIONES ECONÓMICAS QUE AFECTA A LOS FABRICANTES DE MUEBLES EN LA FERIA SEMANAL DE LA PLAZA TÚPAC AMARU DISTRITO DE WANCHAQ –CUSCO PERIODO 2015” UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO - PERÚ. Sostuvo como. Objetivo General. - Identificar las variaciones económicas que los costos de producción y comercialización de los fabricantes de muebles en la feria semanal de la plaza Túpac Amaru distrito de Wanchaq – Cusco periodo 2015.

La empresa Pukllay también ha identificado su segmento de mercado a nivel local es decir Poroy Izcuchaca, Anta, Cachimayo entre otros.

Según el autor Autores: Danilo Chalco Benique Bachiller Edwin Jhoel Delgado Quispe TESIS “COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES DE MADERA EN EL ESTABLECIMIENTO PENITENCIARIO DE QUENCORO – VARONES DEL CUSCO – PERÍODO 2015”. Sostuvo como Objetivo general. - Establecer las circunstancias económicas que generan los costos de producción en la comercialización de muebles de madera del Establecimiento Penitenciario de Quencoro Varones de la ciudad del Cusco, Periodo 2015.



La empresa PUKLLAY tiene un nivel de organización completamente distinta al del Penal de Quencoro por lo que no se comparte con los objetivos de este trabajo

5.4. Implicancias del estudio

El presente estudio de investigación hemos podido establecer que el mercado es cambiante totalmente, más aún cuando se trata de un segmento de mercado propio y de clientes de mayores recursos económicos y por la situación económica y de un simple análisis de costo- beneficio, estos demandantes pueden cambiar de proveedor. La empresa Pukllay en varias oportunidades a estado a punto de extinguirse, sin embargo, hemos participado en alcanzarles algunas alternativas de solución como son: el cambio de mercado y materiales y hasta la posibilidad de concesionar o alquilar



D. CONCLUSIONES

1.- La dificultad más relevante de la empresa PUKLLAY es el cambio brusco de sus potenciales clientes en la producción de muebles de madera fina a pedido de los clientes como ONGs, Colegios privados, Instituciones Públicas y Privadas, y cubrir sus requerimientos y necesidades propios de sus diferentes locales de propiedad del colegio PUKLLAY que como es lógico se van a fabricar por una sola vez luego se dará el mantenimiento como podemos observar en las tabla 1 y la hoja de costos que se encuentra en el Capítulo V tabla 20. Por las razones establecidas en la tabla 2 se decide cambiar el segmento de mercado en madera corriente.

2.- Los costos de producción de muebles de madera fina se encuentran detalladas en la tabla 20 hoja de costos en madera fina alcanzadas por la empresa PUKLLAY E.I.R.L., se establecen por la sumatoria de los elementos de la producción tales como materia prima, mano de obra, costo de hora máquina, en las cuales se detalle el costo de la materia prima, los insumos, la mano de obra y el costo de producción, en la producción de muebles con madera fina se tienen que los insumos y materiales usados tienen casi el doble de costo que la producción de muebles con madera corriente como se demuestra en la tabla 22 cuadro comparativo el costo con madera fina y corriente

3.- La manera de comercializar los muebles de madera corriente por parte de la empresa Pukllay E.I.R.L. se desarrolla mediante la exposición de los productos en su propio local de Poroy para los clientes de la zona, es decir Izcuchaca, Anta, Pucyura, Cachimayo, y por sus precios atractivos se tienen también clientes de los diferentes distritos de la ciudad del Cusco así como se demuestra en la tabla 15.



4.- La diferencia de costos y precios de producción de muebles finos y muebles corrientes significa el 47.53% mayor con ello quedando como producido de ventaja el producir muebles corrientes adecuado al nivel de ingreso de la población del radio de acción de la empresa Puklla EIRL



E. RECOMENDACIONES

Recomendación 1: Continuar agresivamente con la decisión de cambiar de segmento de mercado y de producción a clientes y usuarios de escasos recursos económicos, es más expandir hacia los distritos y provincias cercanas como Izcuchaca, Pucyura, Anta, Cachimayo. En caso disminuya este mercado también, se sugiera una última contingencia como entregar en concesión la empresa.

Recomendación 2: utilizar la hoja de costos sugerida como resultado del presente trabajo de investigación para la elaboración de muebles de madera corriente, dirigida a la población de escasos recursos económicos, sin descuidar la calidad del producto, entiéndase como tal a la premisa de costos que dice "minimización de costos y optimización de beneficios"

Recomendación 3: la empresa Pukllay E.I.R.L. Deberá expandir su mercado también a la ciudad del Cusco, San Sebastián, San Jerónimo, Saylla, Oropesa puesto que su producción está basada en un sistema de costos por proceso cuya característica es la producción en serie o lotes. Que además servirá de base para próximos trabajos de investigación.

Recomendación 4 : La empresa Puklla EIRL debe continuar bajando los costos, incrementado la calidad y mejor su precios

**F. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- CALDENTHEY, P. (España Madrid). *Comercialización de productos agrarios*. 2008: Coimoff S.A.
- Caldentey., P. (España Madrid). *Comercialización de productos agrarios*. 2008: Coimoff S.A.
- Carlos Javier Álvarez Fernández. (2000). *Relaciones Laborales*. ESPAÑA.
- Carlos Ongallo. (2007). *Ventas directas* (1ra edición ed.). España: Diaz de Santos.
- Carlos Sabino. (1991). *Diccionario de economía y Finanzas*. Caracas: Panapo.
- Centro de Investigacion Tecnologica de la Madera. (Diciembre de 2009). *Costos en la Produccion de Muebles y Carpinteria en Madera*. Obtenido de Costos en la Produccion de Muebles y Carpinteria en Madera: <https://portafolioemprendimientos.files.wordpress.com/2011/03/lectura.pdf>
- Charles T. Horngren & Srikant M. Datar. (2012). *Como retener o fidelizar a tus clientes*. (2017). EAE - BUSSINES SCHOOL.
- David Pérez Ubago & Isabel Martínez de Pérez. (2006). *MARKETING. El Producto. Concepto y Desarrollo*. MBA.
- Enguidanos, A. M. (2013). *Diccionario de Contabilidad, Auditoria y Control de Gestion* .
- Fernández, C. J. (2000). *Apuntes de la materia Orgón y Métodos del trabajo*. Santiago de Compostela.
- Fernández, C. J. (s.f.). *Relaciones Laborales*. ESPAÑA.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia* (4ta edición ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- FLORES , R. (2008). *Diagnostico de Los Gremios de Productores Agropecuarios*. . Ecuador Quito: IBSN.
- Flores, J. (2003). *Gestion Financiera*. Lima: Centro de especializacion en contabilidad y finanzas e.i.r.l.
- Garcia, R. U. (2001). El Salario. *MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES*.
- Gladys Beatriz Lucero. (2011). *Relación de los costos de producción con la toma de decisiones en la empresa de lácteos leito*. Universidad Tecnica de Ambato, Ecuador.
- Guerrero Garcia, M., & Perez Martinez, Y. (2009). *Procedimiento para el proceso de comercializacion en cadena de tiendas*.
- Hernán Clavel Salazar. (2013). *Incremento salarial en el Sector privado*. Bolivia.
- horngren, Datar, Rajan, C. (2012).
- Jaime Flores Soria. (2009). Costos y Presupuestos. En C. Asesores (Ed.). Lima, Peru.
- Jorge Diaz Mosto. (2004). *Contabilidad de costos*. Lima: Universo.



- KATZ, M. (2007). *Microeconomía*. España, Madrid:: Mc Graw Hill.
- Kotler, P. (1995). *Dirección de Mercadotecnia*. Mexico: Diana.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (Decimocuarta edición ed.). Mexico: Pearson Educacion.
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Dirección del Marketing*. Mexico, Mexico: Pearson educación.
- Laura Fischer & Jorge Espejo. (2011). *Mercadotecnia* (4ta edición ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Lucero, G. B. (2011). *Relación de los costos de producción con la toma de decisiones en la empresa de lácteos leito*. Universidad Tecnica de Ambato, Ecuador.
- MANKIWI, G. (2008). *Principios de economía*. España Madrid: Mc Graw Hill,.
- Mankiw, N. G. (2008). *Principios de Economía* (1ra ed.). Madrid, España: Mc Graw Hill.
- Manuel Guerrero Garcia & Yasmisleydis Perez Martinez. (2009). *Procedimiento para el proceso de comercialización en cadena de tiendas*.
- Merino., J. P. (2012). *Definición.de: Concepto de comercio*.
- Merlin Lazo Palacios. (2013). *Contabilidad de los Costos I* (1ra edición ed.). Lima, Peru: Imprenta Union.
- Meza, M. A. (2010). *Consultor Financiero*. Lima: Instituto Pacífico S.A.C.
- Michael Katz. (2007). *Microeconomía*. España, Madrid:: Mc Graw Hill.
- MORVELI, M. (2015). *Guía para formular proyectos de investigación*. Cusco: UNSAAC.
- Mosto, J. D. (2004). *Contabilidad de costos*. Lima: Universo.
- Nicholas Gregory Mankiw. (2008). *Principios de Economía* (1ra ed.). Madrid, España: Mc Graw Hill.
- Nispen, J. v. (2012). *Marketing Directo e Interactivo*. LID.
- OIV. (2014). *Alquiler de Viviendas*. Área de Gobierno de Urbanismo y Vivienda , Madrid.
- Ongallo, C. (2007). *Ventas directas* (1ra edición ed.). España: Diaz de Santos.
- Palacios, M. L. (2013). *Contabilidad de los Costos I* (1ra edición ed.). Lima, Peru: Imprenta Union.
- Paul Wonnacott. (2007). *Economía*. España, Madrid: Mc Graw Hill,.
- Perez, D., & Perez Martinez de Ubago. (2006). *El conocimiento del Mercado: Analisis de Clientes, Intermediarios y Competidores*. EIO Escuela de negocios. MBA.
- Philip Kotler & Gary Armstrong. (2012). *Marketing* (Decimocuarta edición ed.). Mexico: Pearson Educacion.



- Philip Kotler & Kevin Keller. (2006). *Dirección del Marketing*. Mexico, Mexico: Pearson educación.
- Philip Kotler. (1995). Dirección de Mercadotecnia. Mexico: Diana.
- Ramanujan, V. y. (1989). *Research on corporate diversification: A synthesis. Strategic Management Journal*, 10, (pp.523- 551). Estados Unidos.
- Rodriguez, M. Z. (2012). *COMERCIALIZACIÓN: Definición y Conceptos*.
- Rosario Ugarte Garcia. (2001). El Salario. *MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES*.
- Rubén Flores, R. (2008). *Diagnostico de Los Gremios de Productores Agropecuarios*. Ecuador Quito: IBSN.
- S. K. Mukherjee Singh & Duleep. (1975). *Towards high productivity, informe de un seminario sobre el aumento de la productividad en las empresas de producción del sector público*. Nueva Delhi.
- Sabino, C. (1991). *Diccionario de economía y Finanzas*. Caracas: Panapo.
- Salazar, H. C. (2013). *Incremento salarial en el Sector privado*. Bolivia.
- SEAS. (2012). *Gestión de mantenimiento I*. SEAS, S.A.
- Singh, S. K. (1975). *Towards high productivity, informe de un seminario sobre el aumento de la productividad en las empresas de producción del sector público*. Nueva Delhi.
- SINIESTRA, G. (2007). *Contabilidad administrativa*. Bogotá: IBSN.
- Soria, J. F. (2009). Costos y Presupuestos. En C. Asesores (Ed.). Lima, Peru.
- T. Horngren, C., M. Datar, S., & V. Rajan, M. (2012). *Contabilidad de Costos* (Decimocuarta ed.). Mexico: Pearson Educación.
- Ubago, D. P.-I. (2006). *MARKETING. El Producto. Concepto y Desarrollo*. MBA.
- WONNACOTT, P. (2007). *Economía*. España, Madrid: Mc Graw Hill,.



G.- ANEXOS



PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
<p>Problema General ¿En qué medida se establecen los costos de producción de muebles de madera corriente y su comercialización de la empresa Pukllay EIRL distrito de Poroy Cusco periodo 2016?</p> <p>Problemas específicos a. ¿Cómo establecen los costos de producción de muebles de madera corriente de la empresa Pukllay EIRL distrito de Poroy Cusco periodo 2016?</p>	<p>Objetivo General Establecer los costos de producción de muebles de madera corriente y su comercialización de la empresa Pukllay EIRL distrito de Poroy Cusco periodo 2016</p> <p>Objetivos específicos a. Establecer los costos de producción de muebles de madera corriente de la empresa industrial Pukllay E.I.R.L. en el distrito de</p>	<p>Hipótesis general En la empresa industrial Pukllay, se ha optado por la producción en madera corriente, insumos, suministros de menor precio y la fabricación de muebles se dirige al mercado de menos recursos económicos y de su entorno.</p> <p>Hipótesis específica a. La empresa industrial de muebles Pukllay EIRL en el distrito de Poroy- Cusco, ha optado por dar un giro en su producción para lo que ha reducido costos sustancialmente en la madera</p>	<p>Variable 1 Costos de producción de madera corriente</p> <p>DIMENSIONES Costos Variables Costos Fijos</p>	<p>Materia prima Mano de obra directa Mantenimiento Alquiler del local Maquinarias Sueldo del personal</p> <p>Mercado Actual o Real Mercado Potencial Mayoristas Minoristas Directos Plaza Promoción Precio Producto</p>	<p>➤ Alcance de la investigación Descriptivo</p> <p>➤ Enfoque de la investigación Cuantitativo</p> <p>➤ Diseño de la Investigación No experimental</p> <p>➤ Muestra 3 trabajadores de la empresa Pukllay</p> <p>➤ Técnica</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entrevista ▪ Observación ▪ Revisión Documentaria



<p>b. ¿De qué manera comercializa sus muebles de madera corriente la empresa industrial Pukllay E.I.R.L. en el distrito de Poroy- Cusco periodo 2016?</p> <p>c. ¿Cuál es la diferencia entre los costos y precios de madera fina y madera</p>	<p>Poroy- Cusco periodo 2016.</p> <p>b. Identificar la comercialización de los muebles de madera corriente en la empresa industrial Pukllay E.I.R.L. en el distrito de Poroy- Cusco periodo 2016</p> <p>c. Determinar las diferencias de costos y</p>	<p>corriente, insumos, suministros de menor precio por lo que se hace necesario una nueva estructura de costos.</p> <p>b. La comercialización de los muebles de madera corriente en la empresa industrial PUKLLAY EIRL ha incrementado significativamente desde el cambio de giro de la demanda, es decir, los nuevos clientes son pobladores que se encuentran en el entorno de la empresa e incluso en los distritos de Santiago, Anta, cercado de Cusco entre otros</p> <p>c. La diferencia de los costos y precios de producir muebles de madera fina a madera</p>	<p><u>Variable 2</u> Comercialización</p> <p><u>DIMENSIONES</u></p> <p>Mercado Canales de Comercialización</p>	<p>➤ Instrumento</p> <p>La recolección de datos se hará utilizando la entrevista</p>
---	---	--	--	---



corriente en la empresa Pukllay EIRL?	precios de producir muebles de madera fina y madera corriente en la empresa Pukllay EIRL	corriente en la empresa Pukllay EIRL baja aproximadamente a un 52%			
---------------------------------------	--	--	--	--	--



MATRIZ DE INSTRUMENTOS

TÉCNICA	INSTRUMENTO
Entrevista	Cuestionario
Observación	Guía de observación

Fuente: Elaboración Propia



INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

ENTREVISTA:

TESIS

ENTREVISTA

➤ ¿Cuál es su género?

Masculino (x)

Femenino ()

➤ ¿Cuál es su edad?

➤ ¿cuál es el cargo que desempeña en la empresa?

Gerente de operaciones desde 2007

➤ ¿Cuál es la razón del cambio de materiales (madera, laca, lijara, clavos, etc.); de materiales finos a corrientes?

La escasez de demandantes en material fino

El precio elevado de trabajos finos

La competencia desleal. - la venta de muebles idénticos de otros fabricantes tienen precios de venta por debajo del costo de producción de Pukllay

➤ ¿Cuáles son sus costos directos?

➤ Materiales directos

➤ Mano de obra directa

➤ ¿Cuáles son sus costos indirectos?

➤ Materiales indirectos

➤ Mano de obra indirecta

➤ Costos indirectos propiamente dichos

➤ ¿Cuáles son sus materiales finos directos?

➤ Madera cedro, caoba, ishpingo, pino inglés

➤ Triplay



- Fierro
- ¿Cuáles son los materiales indirectos que utiliza?
- Lija
- Pegamento
- Waipe
- Clavos
- Tachuelas
- Laca
- Pintura
- Tinher
- Servicios básicos
- Comunicación

- ¿Qué mano de obra directa utiliza?
 - Maestros
 - Operarios
 - Ayudantes

- ¿Qué mano de obra indirecta utiliza?
 - Supervisor
 - Vigilancia
- ¿Cómo establece su costo de producción?
 - Por sumatoria de los elementos de producción
- ¿Cómo determina su costo unitario de producción?
 - Por la división del costo de producción sobre el número de unidades
- ¿Cómo establece su costo total?
 - Por la sumatoria de costo de producción más costos de administración más costos de comercialización y de venta
- ¿Cómo fija su precio de venta?
 - Incremento de un margen de utilidad (porcentual) sobre el costo total lo que es igual a valor de venta más el IGV igual precio de venta
- Explique brevemente la cadena de distribución que utiliza para la comercialización:
 - Los clientes de la empresa representan una elite dentro de la sociedad cusqueña generalmente ONGs e instituciones educativas públicas y privadas e instituciones o



empresas en general de un nivel económico considerable.

- Cuál es el segmento de mercado que ha decidido proveer y vender y ¿Por qué?

En un inicio el segmento de mercado estuvo dirigido a un mercado de un nivel económico superior por lo que se elaboraban trabajos en el sistema de costos por órdenes de producción cuya característica como es de conocimiento universal es a pedido y/o a gusto del cliente.

Al bajar considerablemente se prefiere cambiar de segmento de mercado hacia la población de recursos económicos más limitados lo que hace cambiar la política de la empresa a producir los muebles en un sistema de costos por procesos cuya característica es producción en lote o en serie y que se exhibe en el mercado para la elección del cliente, obviamente usando materiales, insumos, suministros estándares o a granel

- Con la utilización de madera corriente, insumos y materiales indirectos ha incrementado sus clientes, comercialización e ingresos y ¿por qué?

El segmento de mercado de la población de recursos económicos bajos por sus limitaciones propias prefiere adquirir muebles y trabajos en madera corriente, por lo que justifica el cambio del segmento de mercado y por tanto incrementa el volumen de producción y de ventas a precios accesibles al bolsillo de la población con escasos recursos económicos.

- El cambio de segmento de mercado es conveniente y ¿por qué?

Si por que definitivamente la rotación de producción en el mercado dirigido a aquellas personas, familias y negocios pequeños es muy considerable puesto que por este efecto de incrementa la demanda y obviamente hay mayores ingresos.

- ¿En principio cuando bajo su demanda de producción en madera fina y de calidad, su empresa en un momento dado quiso tomar la decisión de suspender las actividades de la empresa y porque continua?

El fenómeno económico que sufre la empresa al declinar la demanda de clientes de nivel económico alto y por ende de aquellos que ordenan fabricar muebles específicos a sus necesidades optan por adquirir maquinaria y contratar personal para fabricar sus propios muebles o en la mayoría de casos empiezan a adquirir sus muebles en material madera, MDS, cartón prensado, entre otros y finalmente en los mercados conocidos como ferias, baratillo, etc.

- ¿El mercado actual responde a sus expectativas?

Si, debido sobre todo al volumen de ventas en material corriente, insumos,



suministros de bajos precios y que además permite a la empresa dar mayor uso a su capacidad instalada.

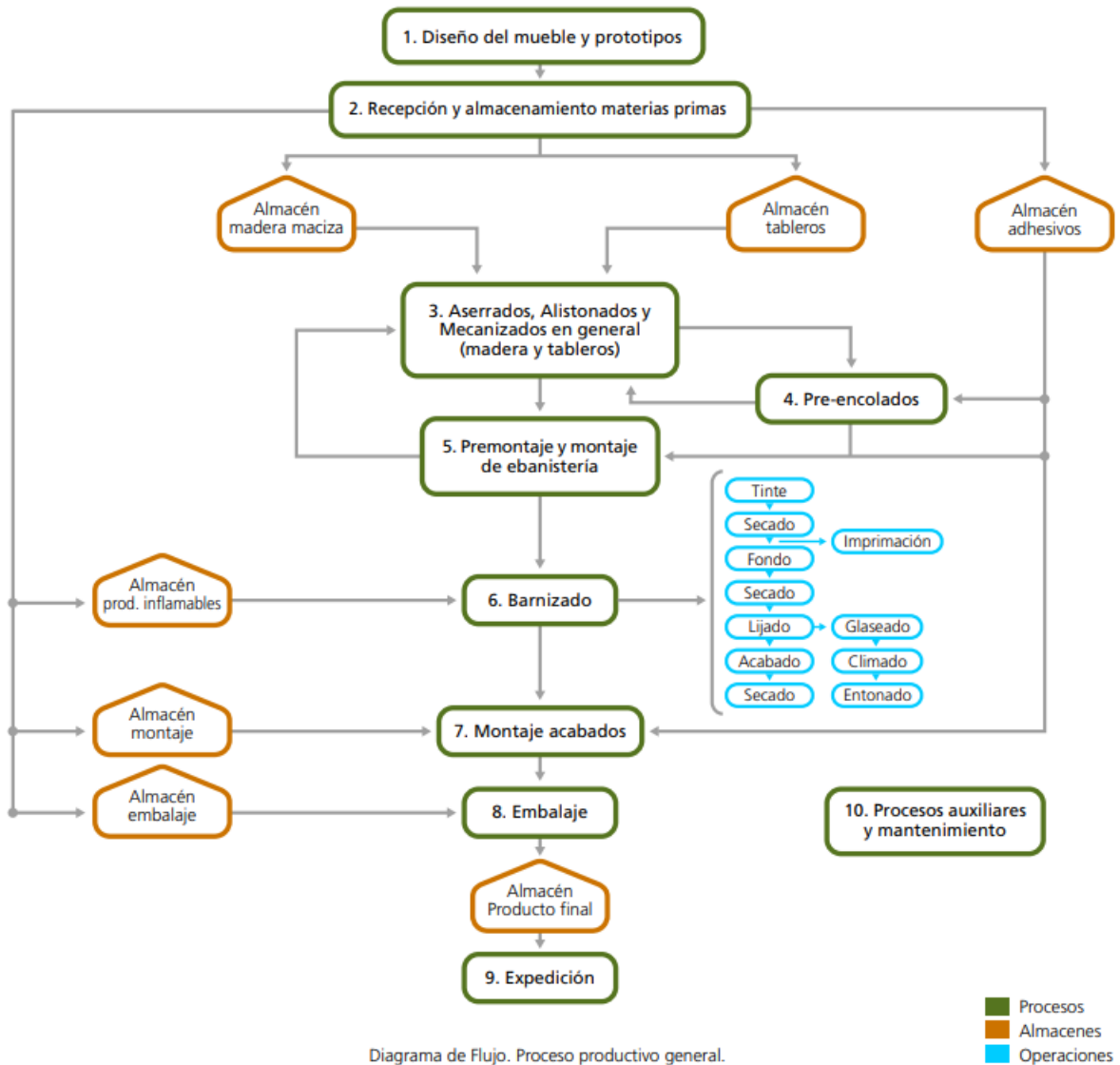


PROCEDIMIENTO DE FABRICACIÓN DE MUEBLES DE MADERA

Se describe un proceso de producción para la fabricación de muebles que, aunque es muy variable, en muchos casos comprende las siguientes etapas:

- 1. Diseño del mueble y prototipos.**
- 2. Recepción y almacenamiento de materias primas.**
- 3. Aserrado, Alistonado y Mecanizado de madera y tableros.**
- 4. Pre-encolado.**
- 5. Montaje, incluyendo encolado.**
- 6. Barnizado (acabado).**
- 7. Montaje de acabados.**
- 8. Embalaje.**
- 9. Expedición.**
- 10. Operaciones auxiliares.**

En el siguiente diagrama de flujo se puede observar la secuencia operacional de uno de los procesos productivos más usuales en la industria del mueble.



1° DISEÑO DEL MUEBLE Y PROTOTIPOS

Se define una pre-etapa en el proceso productivo en la cual se establece el diseño del mueble y se elaboran los prototipos de éste. El diseño conlleva el desarrollo de una idea por parte del diseñador, según los criterios de la empresa. Esta idea toma forma en dibujos de distintos modelos y variaciones de ellos, en la confección de los planos de su despiece y en los prototipos.

El diseño consiste en definir tanto la estética, las dimensiones, como la forma en la que se va a ejecutar el mueble, es decir:



- **Aspecto formal:** Desarrollo de una idea para cubrir una necesidad. Se define por una parte la estética, es decir, el aspecto psicológico de la percepción del producto por parte del futuro usuario, y por otra los aspectos prácticos de su uso (amplitud, lugar y entorno, durabilidad, etc.). Estos aspectos prácticos están íntimamente relacionados con las medidas corporales del usuario (ergonomía), las dimensiones de los objetos que el mobiliario va a contener, y el fin al que va a ir destinado. El aspecto estético externo depende principalmente de la proporción entre las medidas, la elegancia de sus líneas, el correcto procesado de las distintas piezas y, en menor medida, de detalles decorativos como molduras, talla, marquetería, herrajes, que si no están armoniosamente dispuestos o están en exceso, pueden rebajar la estética del mueble.
- **Aspecto técnico:** Después de plasmar dicha idea, se fabrica el modelo propuesto. Esto puede dar lugar a variaciones en el diseño inicial para adecuarlo al proceso productivo, abaratar costes, etc. El diseño por ordenador permite simular el acabado final del mueble.

El diseño se realiza teniendo en cuenta una serie de consideraciones:

Definición completa del mueble a fabricar:

- Realización de planos a escala de los muebles por separado o de las composiciones o decoraciones que se proponen al cliente.
- Materiales que se van a utilizar y grado de calidad del acabado.
- Uniones de las piezas.
- Simulación del prototipo, mediante diseño por ordenador.

Adecuación de la estética del diseño al proceso productivo:

- Comprobar que es posible técnicamente la fabricación de las piezas diseñadas con los equipos disponibles. Posibilidades humanas, es decir, si los operarios están cualificados de acuerdo con el proceso de producción de las piezas diseñadas.



2° RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO DE MATERIAS PRIMAS

El proceso se inicia con la recepción de la materia prima, principalmente madera, tableros derivados de madera, barnices, tintes, disolventes orgánicos no halogenados, material abrasivo (lijas, esponjas, etc.), colas, herrajes y material de embalaje. Tras comprobar su buen estado, se almacena en las distintas zonas específicas, en función de su naturaleza y del uso que se vaya a hacer de ella. Se pueden encontrar los siguientes almacenes:

- **Almacén de madera maciza.**
- **Almacén de tableros derivados de madera.**
- **Almacén de adhesivos.**
- **Almacén de productos inflamables (barnices, tintes, disolventes, etc.).**
- **Almacén de montaje (herrajes, etc.).**
- **Almacén de material de embalaje.**



3° ASERRADO, ALISTONADO Y MECANIZADO DE MADERA Y TABLEROS

➤ **Mecanizado de la madera**

El mecanizado de la madera maciza permite obtener piezas y/o tablonces de unas dimensiones y formas preestablecidas para la fabricación de muebles. Generalmente, el mecanizado de la madera maciza requiere de operaciones como el marcaje, tronzado, aserrado, cepillado, regruesado, corte a medida, fresado, taladrado, espigado, torneado, etc.

A continuación se describen las operaciones que se realizan con mayor frecuencia.

- **Marcaje**

El marcaje consiste en señalar los defectos e imperfecciones de la superficie de la madera que va a ser procesada. Se realiza sobre las tablas de madera maciza secas, procedentes del aserrado del tronco, que suelen realizar las empresas de primera transformación. Estos tablonces se suministran según unos espesores normalizados de 22 mm, 28 mm, 32 mm, 38 mm, 45 mm, 50 mm, 60 mm, 70 mm, etc.

La elección del espesor del tablón dependerá del grueso de la pieza o piezas que se quieren obtener, siempre con cierta sobredimensión porque durante el proceso de fabricación se pierde grosor, debido a los diversos mecanizados a los que es sometido. Así, por ejemplo, se pueden obtener dos piezas rectas de 20 mm de espesor a partir de un tablero de 50 mm. Dado que esta materia prima es costosa, el objetivo de este proceso es aprovechar al máximo la madera, saneándola de nudos y grietas.

- **Tronzado**

El tronzado es un proceso por el que se ajusta la longitud del tablón o tabla bruta, procedente generalmente de alguna empresa de primera transformación, mediante un corte transversal al eje longitudinal del tablón y a la malla de la madera. La longitud del troceado se realiza según la dimensión mayor de las piezas que en los posteriores mecanizados se vayan a obtener.

- **Aserrado**

El proceso de aserrado es una operación de corte en sentido longitudinal y su misión principal es la de dar hilos, es decir, listones de ancho próximo al de la pieza a fabricar, según marcaje previo. Dependiendo del número de piezas a



mecanizar o las necesidades de la producción, este proceso tiene lugar después del troceado o bien después del cepillado y regruesado.

- **Cepillado**

Se llama cepillar a la operación de aplanar una superficie, mediante una herramienta de corte, con el fin de obtener una superficie completamente lisa y sin alabeo. El cepillado es un proceso por el cual, en los tablones aserrados, se consigue una cara plana de cada uno de los listones obtenidos. En algunos casos, con referencia a esa misma cara, se aplanan o cepilla otra cara perpendicular a la anterior. En el caso de piezas procedentes del troceado se aplanan una cara, sobre la que se va a asentar la pieza y sobre la que se realizará posteriormente el regruesado, obteniendo así dos caras planas paralelas según el espesor deseado.

- **Regruesado**

Una vez cepillada y por tanto alisada una cara (y un canto si el proceso lo requiere), la pieza se lleva a la regruesadora, cuya misión es aplanar, con respecto a la cara o caras cepilladas, la cara o caras restantes, dimensionando además el grueso, el ancho o ambos a las medidas correctas. Las piezas que se pasan por la regruesadora tienen que estar muy bien cepilladas, ya que los dispositivos de avance y de presión de la máquina las comprimen fuertemente bajo el árbol portacuchillas contra la mesa, de manera que si existieran irregularidades en la parte inferior, también aparecerían en la parte superior regruesada. En definitiva, el regruesado consiste en el aplanamiento de la parte superior de la pieza tomando como referencia la parte plana inferior.

- **Corte a medida**

Se trata de una operación de corte en la que se obtienen las dimensiones exactas, ya sean de longitud, de ancho o según la figura que se desee obtener. Depende, en cada caso, de la pieza que se quiere cortar. Si se parte de piezas cepilladas y regruesadas, dimensionadas en espesor y/o anchura, el corte longitudinal dimensiona la pieza también en longitud obteniendo, así pues, la pieza a medida.

- **Moldurado y Fresado**

Se trata de operaciones de mecanizado en las superficies de las piezas, mediante una herramienta de corte, para realzar o mejorar su estética y presencia visual. Fresado es la denominación general de este tipo de operaciones, mientras moldurado se suele emplear cuando se realizan mecanizados con relieve. Se



llama replantillado en aquellos casos en los que se utiliza una plantilla para obtener una pieza mediante fresado.

- **Taladrado y Escopleado**

Son procesos de trabajo con arranque de viruta que se realizan en las caras y cantos de las piezas con la ayuda de una herramienta (broca o fresa) que ejecuta, mediante un movimiento de rotación y/o traslación, un orificio cilíndrico o alargado.

- **Espigado y Mechonado**

Son procesos de trabajo con arranque de viruta, realizados normalmente en los extremos de las piezas, a través de la acción de una fresa que mecaniza espigas mediante un movimiento de rotación y traslación del cabezal.

- **Torneado**

El torneado es el proceso que se realiza para dar forma redondeada a una pieza, dando como resultado una sección circular de forma homogénea o bien de forma variable. El mecanizado se basa en el giro de la pieza a gran velocidad mientras una herramienta de corte se mueve en sentido longitudinal. Así, según la figura deseada, se realiza un mecanizado circular en la superficie de la pieza.

- **Tallado**

El tallado es un proceso artesanal que consiste en la obtención de figuras y motivos a partir de piezas de madera maciza o en algún caso de tablero de fibras.

➤ **Mecanizado de tableros**

El mecanizado de los tableros derivados de madera permite obtener piezas y/o tableros de unas dimensiones y formas preestablecidas para la fabricación de muebles. Generalmente, el mecanizado de los tableros requiere de operaciones como el despique y corte a medida, macizado de cantos, aplacado de cantos, fresado, taladrado, etc.

A continuación se describen las operaciones que se realizan con mayor frecuencia.

- **Corte a Medida**

De forma genérica, el corte es la primera operación de mecanizado de los tableros. La finalidad última no es otra que la obtención de piezas “a medida”, o



lo que es lo mismo, la obtención de tableros con dimensiones previamente especificadas.

- **Chapado de Cantos**

El chapado de cantos es el proceso mediante el cual se recubren los cantos de los tableros de partículas o fibras, con cantos de diversos materiales (normalmente chapas de madera).

- **Moldurado y Fresado**

Se trata de operaciones de mecanizado en las superficies o en los cantos de las piezas de tablero, mediante una herramienta de corte, para darle una funcionalidad concreta o bien para realzar o mejorar su estética y presencia visual.

- **Taladrado**

El taladrado es un mecanizado que se realiza en las caras y cantos de las piezas, mediante la acción de una broca o barrena que gira y se desplaza penetrando en el tablero, para practicar orificios cilíndricos. Su función es la inserción de mechones o el acoplamiento de distintos elementos en los orificios practicados (taladros) sobre la pieza, ayudado o no de un encolado de la zona de unión. De forma general, se denomina taladrado al mecanizado de agujeros cilíndricos, mientras que escopleado se refiere al mecanizado de agujeros alargados o corridos.



4° PRE-ENCOLADO

Posteriormente las piezas se pre-encolan entre sí, utilizando normalmente cola blanca (de acetato de polivinilo), aunque en algunos casos no es necesario, por ejemplo en la fabricación de cajones. Después del pre-encolado algunas piezas se someten a un segundo mecanizado, por ejemplo para la fabricación de armarios y muebles en general.

5° MONTAJE, INCLUYENDO ENCOLADO

El siguiente proceso sería el montaje, donde se encolan, ensamblan y ajustan las distintas piezas en crudo que van a formar parte del mueble. Se utilizan herrajes y/o mechones, así como cola blanca en algunos casos.

6° BARNIZADO (ACABADO)

Este proceso consiste en la aplicación de los productos necesarios sobre los soportes, por ejemplo, tintes para conseguir una determinada tonalidad, así como barnices y pinturas para proteger la madera y obtener el aspecto deseado.

Habitualmente, una vez montado el mueble o subconjunto del mueble, y siempre que el diseño lo requiera, se procede al tintado. Su función básica es la de conseguir que la madera sobre la que se aplica adquiera un color determinado, conservando la textura, aspecto y dibujo de las vetas y poros. Los productos utilizados para este proceso son los tintes.

7° MONTAJE DE ACABADOS

Cuando el mueble y/o piezas están secas, después de aplicar tantas capas de recubrimiento como sea necesario, se realiza el montaje de acabado. En este proceso se encolan, ensamblan y ajustan las distintas piezas acabadas que van a formar parte del mueble. Se utilizan herrajes y/o mechones, así como cola blanca en algunos casos. Se suele aprovechar para realizar una inspección visual y comprobar la calidad del acabado.



8° EMBALAJE

Los muebles se embalan montados o por piezas dependiendo del volumen y peso del mueble montado. Si se tiene un volumen grande y/o un peso elevado, se embalan normalmente desmontados, si es posible, ya que de esta manera se facilita su manipulación y se reduce el riesgo de daños. Se utilizan, fundamentalmente, cajas de cartón, plástico-papel burbujas, cantoneras y perfiles.

9° EXPEDICIÓN

Con todas estas operaciones los muebles ya están listos para su expedición, por lo que se almacenan temporalmente en la zona de productos acabados, en espera de formar los distintos bultos, normalmente según pedido, y cargar en el vehículo para su transporte hasta el correspondiente destino.

10° OPERACIONES AUXILIARES

En este apartado se consideran todas las operaciones de mantenimiento de las instalaciones, máquinas y equipos y otras operaciones auxiliares, de apoyo al proceso productivo principal. Principalmente, se pueden encontrar las siguientes operaciones auxiliares:

- Cambios de aceite, por ejemplo si existen prensas.
- Cambios de luminarias. Sistemas de aspiración y filtros.
- Uso y mantenimiento de sistemas de trasiego de materias primas y productos acabados (carretillas, sistemas de transporte, etc.).
- Almacenamiento de productos y residuos peligrosos.
- Almacenamiento del polvo y serrín de madera (silos).
- Cabinas de aplicación. Mantenimiento de sistemas de filtrado de aire a la entrada y a la salida.
- Recuperación de los disolventes de limpieza sucios.
- Depuración aguas residuales.
- Uso y mantenimiento de instalaciones de combustión.