



# UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

---

**“LOS COSTOS BASADOS EN ACTIVIDADES Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS POR  
LA FABRICACIÓN DE PUERTAS EN LA EMPRESA JUAN AYALA VALDEZ,  
DISTRITO DE SANTA ANA, LA CONVENCION, PERIODO 2017”**

---

Presentado por:

Bach. Ayala Villar Jimmy.

Bach. Mejía Letona Renan.

Para optar al título de Contador Público

Asesor:

CPC. Abel Tresierra Pantigozo

CUSCO - 2019



## PRESENTACIÓN

Señor decano de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables de la Universidad Andina del Cusco; señores miembros del jurado.

De acuerdo a lo establecido en el Reglamento de Grados y Títulos de la escuela profesional de Contabilidad, presento a Ud. el proyecto de tesis titulada **“LOS COSTOS BASADOS EN ACTIVIDADES Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS POR LA FABRICACIÓN DE PUERTAS EN LA EMPRESA JUAN AYALA VALDEZ, DISTRITO DE SANTA ANA, LA CONVENCIÓN, PERIODO 2017”**, con el objetivo de determinar los costos basados en actividades y la fijación de precios en la fabricación de puertas de tipo estándar, superior y contra placada y el posicionamiento en el mercado fabril.

También se pretende plantear la necesidad de establecer los costos de fabricación de puertas de madera utilizando el costeo ABC, asimismo una vez aplicado proponer una fijación de precios de este producto, para la empresa JUAN AYALA VALDEZ.

Atentamente.

Br. Jimmy Ayala Villar.

Br. Renán Mejía Letona.



## Agradecimiento

Agradecemos a nuestros padres por darnos la oportunidad de realizarnos personal y profesionalmente por su apoyo brindado de manera incondicional en todo sentido a lo largo de toda nuestra vida.

Agradecemos a nuestro asesor CPC Abel Tresierra Pantigozo por sus oportunas recomendaciones y apoyo incondicional durante todo este tiempo en el cual realizamos nuestra tesis.

Atentamente

Br. Jimmy Ayala Villar



## Agradecimiento

Agradecemos a mi madre Benedicta Letona Arenas por darme la oportunidad de realizarnos personal y profesionalmente por su apoyo brindado de manera incondicional en todo sentido a lo largo de toda mi vida personal.

Agradecemos a nuestro asesor CPC Abel Tresierra Pantigozo por sus oportunas recomendaciones y apoyo incondicional durante todo este tiempo en el cual realizamos nuestra tesis.

Atentamente  
Br. Renan Mejía Letona



## Dedicatoria

Con Infinita gratitud a Dios por darme todo lo que soy y la voluntad necesaria para llegar a cumplir este compromiso conmigo de superación y constante desarrollo personal.

A mis padres Juan y Doris por los valores y principios que me han inculcado y por haberme dado la oportunidad de tener una educación universitaria.

Jimmy Ayala Villar.



## Dedicatoria

Esta tesis está dedicada a mi padre Ruperto que en paz descanse y mi madre Benedicta quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

Finalmente quiero dedicar esta tesis en principio a mis hijos Daniela y Yoseph por ser el motor y motivo de superación y ser parte siempre en mi vida, a mi familia, mi madre, hermanos (as) que incondicionalmente me brindaron su apoyo, a mis amigos Hernán, Percy, Cesar, Anair, y Wily por extender su mano en momentos difíciles, muchas gracias, siempre los llevo en mi corazón.

Renán Mejía Letona.



## RESUMEN

La Investigación se denomina “Los costos basados en actividades y la fijación de precios por la fabricación de puertas en la empresa Juan Ayala Valdez, distrito de Santa Ana, la convención, periodo 2017”.

El objetivo de la investigación realizada fue describir las características que presenta los costos basados en actividades y la fijación de precios por la fabricación de puertas.

Los participantes en la investigación básicamente fueron enfocados en los ingresos y egresos de la empresa, valiéndonos de la documentación contable del periodo 2017 en referencia a los comprobantes de pago como facturas, boletas de venta, declaraciones juradas entre otros documentos que nos brinde información.

La investigación realizada es de tipo básica, de enfoque cuantitativo de diseño no experimental y alcance descriptivo tomando como caso de estudio la empresa mencionada empresa.

Se concluye que presenta como característica principal el aplicar un modelo de costeo tradicional el mismo que no constituye una adecuada herramienta de gestión para la fijación de precios. El costeo actual es realizado de manera tradicional asignándose de manera ponderada la distribución de los costos indirectos de fabricación basado en los incurridos en la mano de obra y materia prima o materiales directos, se determinó asimismo que la información contable no es llevada en forma correcta y ordenada. Se lograron identificar ocho actividades que han permitido establecer los cost drivers para la asignación de los costes

**Palabra Clave: Costos indirectos de fabricación; Actividades, Fijación de Precios**



## ABSTRACT

The Research is called "Activity-based costs and pricing for the manufacture of doors in the company Juan Ayala Valdez, Santa Ana district, the convention, 2017 period." The objective of the investigation was to describe the characteristics presented by activity-based costs and pricing for the manufacture of doors.

Participants in the research were basically focused on the income and expenses of the company, using the accounting documentation of the 2017 period in reference to payment receipts such as invoices, sales tickets, affidavits among other documents that provide us with information.

The research carried out is of a basic type, with a quantitative approach of non-experimental design and descriptive scope, taking as a case study the company mentioned company.

It is concluded that the main characteristic is to apply a traditional costing model that does not constitute an adequate management tool for pricing. The current costing is carried out in a traditional way by assigning in a weighted way the distribution of indirect manufacturing costs based on those incurred in labor and raw materials or direct materials, it was also determined that the accounting information is not carried correctly and neat. It was possible to identify eight activities that have allowed to establish the cost drivers for the allocation of costs.

**Keyword: Indirect manufacturing costs; Activities, Pricing**





## INDICE

<b>PRESENTACIÓN</b> .....	i
<b>Agradecimiento</b> .....	ii
<b>Agradecimiento</b> .....	iii
<b>Dedicatoria</b> .....	iv
<b>RESUMEN</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>INDICE</b> .....	viii
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	xiii
<b>CAPÍTULO I</b> .....	1
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>1.1. Planteamiento del problema</b> .....	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.....	3
1.3.1. Objetivo General .....	3
1.3.2. Objetivos Específicos.....	3
1.4. Justificación de la investigación.....	4
1.4.1. Relevancia social.....	4
1.4.2. Implicancias prácticas.....	4
1.4.3 Valor teórico .....	4
1.4.4 Utilidad Metodológica .....	4
1.4.5 Viabilidad o factibilidad .....	4
1.5. Delimitación de la investigación.....	5
1.5.1 Delimitación Temporal .....	5
1.5.2 Delimitación Espacial.....	5
1.5.3 Delimitación Conceptual .....	5
<b>CAPÍTULO II</b> .....	6
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	6
<b>2.1. Antecedentes de la investigación</b> .....	6
2.1.1 Antecedentes Internacionales.....	6
2.1.2. Antecedentes Nacionales .....	8
2.1.3. Antecedentes Locales.....	10



2.2.	Bases legales .....	10
2.3.	Bases Teóricas.....	11
2.3.1.	Contabilidad de costos. ....	11
2.3.2.	Costos.....	11
2.3.3.	Objetivos de la contabilidad de costo.....	11
2.3.4.	Costos fijos y variables .....	12
2.3.5.	Sistemas de costos.....	13
2.3.6.	Costos directo y costos indirectos.....	14
2.3.7.	Elementos de costos.....	15
2.3.8.	Importancia de la contabilidad de costos .....	16
2.3.9.	Costo y gasto .....	16
2.3.10.	Tipos de costos .....	17
2.3.11.	Costeo basado en actividades (ABC) .....	19
2.3.12.	Concepto de definición de precio.....	27
2.3.13.	Tipos de precios.....	28
2.3.14.	Proceso de fijación de precios.....	31
2.3.15.	Procesos de fijación del precio de venta .....	32
2.3.16.	Tipos de objetivos de fijación de precio.....	33
2.3.17.	Métodos de fijación de precios.....	34
2.3.18.	Reseña Histórica de la Empresa. ....	35
2.4.	Marco Conceptual.....	37
2.5.	Formulación de hipótesis.....	39
2.5.1.	Hipótesis general.....	39
2.6.	Variables.....	39
2.6.1.	Variables.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
2.6.2.	Conceptualización de la Variables .....	39
2.6.3.	Operacionalización de variables.....	40
<b>CAPÍTULO III .....</b>		<b>41</b>
<b>MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....</b>		<b>41</b>
3.1.	Tipo de investigación.....	41
3.2.	Enfoque de investigación.....	41
3.3.	Diseño de la investigación.....	41
3.4.	Alcance de la investigación.....	41
3.5.	Población y muestra de la investigación.....	41
3.5.1.	Población.....	41
3.5.2.	Muestra.....	42



3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	42
3.6.1. Técnicas.....	42
3.6.2. Instrumentos.....	42
3.7. Procesamiento de datos.....	42
<b>CAPITULO IV</b> .....	<b>43</b>
<b>RESULTADOS</b> .....	<b>43</b>
4.1 Resultados .....	43
<b>Tabla 1</b> .....	<b>44</b>
<i>Materia prima y materiales indirectos</i> .....	<i>44</i>
<b>Tabla 2</b> .....	<b>44</b>
<i>Materia prima y materiales indirectos</i> .....	<i>44</i>
<b>Tabla 3</b> .....	<b>45</b>
<i>Materia prima y materiales indirectos</i> .....	<i>45</i>
<b>Tabla 4</b> .....	<b>45</b>
<i>Control por clientes</i> .....	<i>45</i>
<b>Tabla 5</b> .....	<b>47</b>
<i>Resumen costo por órdenes de clientes</i> .....	<i>47</i>
<b>Tabla 6</b> .....	<b>48</b>
<i>Ventas por clientes</i> .....	<i>48</i>
<b>Tabla 7</b> .....	<b>49</b>
<i>Resumen de ventas por modelo de puerta</i> .....	<i>49</i>
<b>Tabla 8</b> .....	<b>50</b>
<i>Costos indirectos de fabricación</i> .....	<i>50</i>
<b>Tabla 9</b> .....	<b>50</b>
<i>Distribución de Costos indirectos de fabricación-tradicional</i> .....	<i>50</i>
<b>Tabla 10</b> .....	<b>51</b>
<i>Relación de costos con actividades</i> .....	<i>51</i>
<b>Tabla 11</b> .....	<b>51</b>
<i>Distribución por actividades de tiempos</i> .....	<i>51</i>
<b>Tabla 12</b> .....	<b>52</b>
<i>Distribución por actividades de tiempos</i> .....	<i>52</i>
<b>Tabla13</b> .....	<b>52</b>
<i>Determinación Costos-ABC</i> .....	<i>52</i>
<b>Tabla14</b> .....	<b>53</b>
<i>Comparación tradicional – ABC</i> .....	<i>53</i>
<b>Tabla 15</b> .....	<b>53</b>



<i>Comparación tradicional -ventas</i> .....	53
<b>Tabla 16</b> .....	54
<i>Comparación ABC -ventas</i> .....	54
<b>Tabla17</b> .....	54
<i>Determinación Ventas -basado ABC</i> .....	54
<i>Establecido en base a clientes.</i> ....	54
<b>Tabla 18</b> .....	55
<i>Distribución de tiempo por actividad</i> .....	55
<b>Tabla 19</b> .....	55
<i>Distribución de tiempo por producción total</i> .....	55
<b>Tabla 20</b> .....	56
<i>Distribución de tiempo por producción total</i> .....	56
<b>Tabla 21</b> .....	56
<b>Distribución e costos indirectos de fabricación por actividades</b> .....	56
<b>Tabla 22</b> .....	57
<i>Determinación Costos-ABC</i> .....	57
<b>Tabla 23</b> .....	57
<i>Resumen costo por modelo de puerta-tradicional</i> .....	57
<b>Tabla 24</b> .....	57
<i>Comparación costos tradicional-ABC por modelo de puerta</i> .....	57
<b>Tabla 25</b> .....	58
<b>Costo Unitario ABC</b> .....	58
<b>Tabla 26</b> .....	58
<b>Fijación de precio- ABC por modelo de puerta</b> .....	58
<b>Tabla 27</b> .....	58
<i>Comparativa Fijación de precios tradicional-ABC por modelo</i> .....	58
<b>CAPÍTULO V</b> .....	60
<b>DISCUSIÓN</b> .....	60
5.1. Hallazgos importantes.....	60
5.2. Comparación crítica con la literatura.....	62
5.3. Implicancias del estudio.....	64
<b>CONCLUSIONES</b> .....	65
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	67
<b>Bibliografía</b> .....	68
<b>ANEXOS</b> .....	70
A. MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	70



B. MATRIZ DE INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE DATOS .....	72
F. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	73



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Materia prima y materiales indirectos</i> .....	44
Tabla 2 <i>Materia prima y materiales indirectos</i> .....	44
Tabla 3 <i>Materia prima y materiales indirectos</i> .....	45
Tabla 4 <i>Control por clientes</i> .....	45
Tabla 5 <i>Resumen costo por órdenes de clientes</i> .....	47
Tabla 6 <i>Ventas por clientes</i> .....	48
Tabla 7 <i>Resumen de ventas por modelo de puerta</i> .....	49
Tabla 8 <i>Costos indirectos de fabricación</i> .....	50
Tabla 9 <i>Distribución de Costos indirectos de fabricación-tradicional</i> .....	50
Tabla 10 <i>Relación de costos con actividades</i> .....	51
Tabla 11 <i>Distribución por actividades de tiempos</i> .....	51
Tabla 12 <i>Distribución por actividades de tiempos</i> .....	52
Tabla13 <i>Determinación Costos-ABC</i> .....	52
Tabla14 <i>Comparación tradicional - ABC</i> .....	53
Tabla 15 <i>Comparación tradicional -ventas</i> .....	53
Tabla 16 <i>Comparación ABC -ventas</i> .....	54
Tabla17 <i>Determinación Ventas -basado ABC Establecido en base a clientes</i> .....	54
Tabla 18 <i>Distribución de tiempo por actividad</i> .....	55
Tabla 19 <i>Distribución de tiempo por producción total</i> .....	55
Tabla 20 <i>Distribución de tiempo por producción total</i> .....	56
Tabla 21 <i>Distribución e costos indirectos de fabricación por actividades</i> .....	56
Tabla 22 <i>Determinación Costos-ABC</i> .....	57
Tabla 23 <i>Resumen costo por modelo de puerta-tradicional</i> .....	57
Tabla 24 <i>Comparación costos tradicional-ABC por modelo de puerta</i> .....	57
Tabla 25 <i>Costo Unitario ABC</i> .....	58
Tabla 26 <i>Fijación de precio- ABC por modelo de puerta</i> .....	58
Tabla 27 <i>Comparativa Fijación de precios tradicional-ABC por modelo</i> .....	58





## CAPÍTULO I

### INTRODUCCIÓN

#### 1.1. Planteamiento del problema.

En la provincia de La Convención existe una considerable cantidad de empresas que pertenecen al sector fabril, transformadoras de materias primas como la madera, piedra chancada, licor de caña de azúcar, entre otros. En el distrito de Santa Ana, su capital de distrito Villa Quillabamba, las empresas manufactureras en este caso las carpinterías o ebanisterías están situados dentro del mercado como alternativas de solución a los clientes de diferentes estatus, niveles económicos y entidades públicas y privadas, considerándose uno de los auges económicos en este rubro, brindando y generando empleos a la población como una oportunidad laboral.

Hasta el periodo 2010 la economía en la provincia de La Convención mantenía un equilibrio económico que subsistía a la bolsa familiar, con la producción agraria en el tema del café, cacao, achiote, palillo y la hoja de coca. A comienzos del 2010 ya se veía venir un plus a esta provincia, en vista que se voceaba una posible extracción de petróleo en la selva del bajo Urubamba. A partir del periodo 2011 la economía tuvo un giro de 180 grados de manera positiva, brindando oportunidad laboral a los habitantes del lugar, así como oportunidad de negocio a las micro empresas y empresas constituidas con arraigo empresarial, por la extracción del petróleo y la asignación del CANON y SOBRE CANON, que puso a esta provincia en un auge económico elevado. El beneficio fue para todos en general; empresas distribuidoras de productos, así como las del sector fabril, reportándose utilidades positivas en comparación a los años pasados. La visualización de este auge económico se manifestó en la transformación que sufrió esta provincia, porque se pudo ver en todo lugar cambios sustanciales en su forma de vida, muchos de estos lugares mostraban sus ciudades embellecidas, edificios construidos, vías asfaltadas entre otros, pudiendo identificar que el





movimiento comercial fue positivo para las empresas del sector fabril y las distribuidoras. Las empresas del sector fabril empezaron a posicionarse con fuerza en todo lugar como formales e informales, visualizándose sus productos en los inmuebles de los diferentes clientes según su necesidad y demanda como: puertas, ventanas diseñadas con una clara evidencia que hecha por un empresario dedicado a este rubro, instalaciones mecánicas en la gran mayoría, entre otros.

La determinación de los costos es y sigue siendo un problema a resolver en las empresas que se dedican a la fabricación de cualquier producto, de este depende principalmente una buena fijación de precios que ha de ponerse a disposición en un mercado cada vez más competitivo; los modelos tradicionales y sobre todo el modelo desarrollado en base a la experiencia de manera empírica, van perdiendo su validez dando lugar a la maximización de la producción y a la minimización de los costos base para una buena fijación de precios. La empresa en estudio al poder identificar y establecer las actividades y los procesos, tiene la posibilidad de aplicar al modelo por actividades una fase operativa de costos ya que es sabido que toda actividad y proceso consume un costo, como así los productos y servicios consumen una actividad. La determinación de los costos de producción constituye una labor especializada en las empresas, siendo que una adecuada determinación de estos permitirá una mejor fijación de precios del producto, es así que en las empresas Juan Ayala Valdez, dedicada a la fabricación de puertas debe encontrar solución a esta problemática detallada líneas arriba, ya que en el periodo de estudio su modelo de determinación de costos es de forma tradicional, empírica pero el crecimiento empresarial y la demanda a la que está expuesta obliga a buscar un modelo que le permita determinar sus costos y fijar sus precios, por lo que se propone que el modelo basado en actividades contribuirá a resolver el problema de esta pequeña empresa en crecimiento.



## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Qué características presenta los costos basados en actividades y la fijación de precios por la fabricación de puertas en la empresa Juan Ayala Valdez, Distrito de Santa Ana, La Convención, período 2017?

### **1.2.2. Problemas específicos**

a. ¿Qué características presenta costeo actual por la fabricación de puertas en la empresa Juan Ayala Valdez, Distrito de Santa Ana, La Convención, período 2017?

b. ¿Qué características presenta los costos basados en actividades por la fabricación de puertas en la empresa Juan Ayala Valdez, Distrito de Santa Ana, La Convención, período 2017?

c. ¿Qué características presenta la fijación de precios por la fabricación de puertas en la empresa Juan Ayala Valdez, Distrito de Santa Ana, La Convención, período 2017?

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.3.1. Objetivo General**

Describir las características que presenta los costos basados en actividades y la fijación de precios por la fabricación de puertas en la empresa Juan Ayala Valdez, Distrito de Santa Ana, La Convención, período 2017.

### **1.3.2. Objetivos Específicos**

a. Describir las características que presenta costeo actual por la fabricación de puertas en la empresa Juan Ayala Valdez, Distrito de Santa Ana, La Convención, período 2017.

b. Describir las características que presenta los costos basados en actividades por la fabricación de puertas en la empresa Juan Ayala Valdez, Distrito de Santa Ana, La Convención, período 2017.



c. Describir las características que presenta la fijación de precios por la fabricación de puertas en la empresa Juan Ayala Valdez, Distrito de Santa Ana, La Convención, período 2017.

#### **1.4. Justificación de la investigación**

##### **1.4.1. Relevancia social**

El presente trabajo de investigación contribuye a lograr un adecuado costeo en la fabricación de puertas para la empresa Juan Ayala Valdez, lo que permitirá una fijación de precios en beneficio de la población.

##### **1.4.2. Implicancias prácticas.**

El presente trabajo de investigación contribuye a la solución sobre el costeo en las empresas que fabrican puertas, los cuales son una amenaza para las empresas dedicadas a este rubro y brindarles una alternativa de solución a este problema.

##### **1.4.3 Valor teórico**

El Costeo basado en actividades viene siendo aplicado en muchas empresas, lo cual mediante el presente trabajo de investigación, se describe la información necesaria y aplicable a este giro de negocio.

##### **1.4.4 Utilidad Metodológica**

La investigación tiene una utilidad metodológica, porque permite demostrar que el Costeo basado en actividades, es una alternativa para las empresas dedicadas al rubro de fabricación de puertas.

##### **1.4.5 Viabilidad o factibilidad**

La presente investigación es perfectamente viable debido a que se cuenta con la información necesaria y suficiente.



## **1.5. Delimitación de la investigación**

### **1.5.1 Delimitación Temporal**

La investigación se desarrollara tomando en consideración la información de los costos basados en actividades correspondientes al periodo 2017.

### **1.5.2 Delimitación Espacial**

La investigación se desarrollara considerando la empresa “**Juan Ayala Valdez**” ubicada en Prolongación Martin Pio Concha N° 703 en la Provincia de la Convención, Distrito de Santa Ana, Cusco.

### **1.5.3 Delimitación Conceptual**

La presente investigación está relacionada con el área de costos, específicamente el Costeo basado en actividades y la fijación de precios, ambas pertenecientes a la Ciencia Contable.



## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes de la investigación

##### 2.1.1 Antecedentes Internacionales

**Primer antecedente:** Según señala (Vazquez, 2010) en la tesis : “Análisis de los problemas que genera la implementación del costeo ABC. Caso: Empresa BHA S.A. Autor: Dayana Karina Vázquez Páez, Programa de Maestría en Dirección de Empresas, Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, Ecuador, Año 2010”, Según la investigación (Vazquez, 2010) “cuyo objetivo es determinar los problemas que genera la posible implementación del costeo ABC en la empresa BHA; se trata de una investigación considerada como caso de estudio; cuya metodología fue de alcance cuantitativo; de diseño no experimental y de alcance descriptivo cuya Conclusión establece que: A lo largo del desarrollo de esta tesis se pudo demostrar que es posible realizar un costeo ABC para los objetos de costo órdenes de servicio y cliente; con este modelo se puede extender el costeo a todos los clientes y órdenes de servicio. Sin embargo, se pudo identificar también puntos importantes en los que la empresa BHA debe trabajar si desea implementar y mantener un sistema de costeo ABC bien elaborado que le sirva como apoyo para la toma de decisiones y que se mantenga a lo largo del tiempo. Estos puntos se explican brevemente a continuación. La principal dificultad con la que podemos encontrarnos al implementar un sistema de costeo ABC es la falta de información adecuada para que este sistema sea alimentado. Al momento BHA mantiene una contabilidad tradicional donde muy pocos rubros se encuentran identificados por objeto de costo, ya sea cliente u orden de servicio. Aunque se ha procurado tener reflejada esta información en los libros contables, muchos costos no llevan esta trazabilidad, ya sea por la falta de información



o porque no se ha hecho conciencia en los empleados acerca de la importancia de identificar estas transacciones. Los centros de costos que BHA maneja en su contabilidad son escasos en relación al número de procesos o actividades a las cuales deben ser direccionados los gastos o costos incurridos; BHA maneja únicamente tres centros de costos, mientras que para el proceso de costeo se identificaron seis grupos de procesos con más de treinta actividades”.

**Segundo antecedente:** Según el trabajo desarrollado (Ramis, Neriz, & Cepeda, 2011) “Costeo de productos en la industria del mueble mediante método Dpto. Ingeniería Industrial, Facultad Ingeniería. Universidad del Bío-Bío. Concepción. Chile y el Departamento de Sistemas de Información y Auditoría, FACEA, U. de Chile. Santiago. Chile. El mismo que establece que un modelo de determinación de costos de muebles, diseñado utilizando el enfoque de Costeo Basado en Actividades (ABC). El modelo resulta de particular interés y aplicación en la industria del mueble, por la gran diversidad de productos, procesos y equipos involucrados en la fabricación de muebles. El Sistema ABC utiliza un procedimiento de asignación, donde los recursos son primero asignados a las actividades y luego éstas son asignadas a los productos o objetos de costo, mediante los llamados generadores o inductores de costos. Este sistema permite la asignación y distribución de los diferentes costos indirectos de acuerdo a las actividades realizadas, identificando el origen del costo de la actividad, no sólo para la etapa de producción sino también para la distribución y venta. Para ilustrar el uso del modelo, éste se aplica a la determinación del costo de producción de dos sillas mecedoras del tipo deslizantes. Se concluye que los costos totales de fabricación son subvaluados por el método tradicional respecto del método ABC, en un 19,8% para el modelo Pelequén y en un 29,3% modelo Moderno. El método ABC es un sólido aporte al manejo de costos, altamente eficiente, el cual puede ser usado para hacer estudios piloto, como también, en la implantación de



sistemas de información, generando mejoras reales como resultado de un enfoque racional y de eficiencia frente a los costos asociados a cada una de las actividades que conforman el proceso de negocios de una empresa, ya sea de manufactura o de servicios. Esto estimula al desarrollo paralelo de técnicas modernas de gestión, tales como: Reingeniería de Procesos y Mejoramiento Continuo, orientadas a un fin común, mejorar el rendimiento de la empresa. Para la industria del mueble, juega un papel preponderante los costos asociados al diseño de productos, al control de calidad y a la fabricación, pero estos factores deben estar apoyados por una estimación de costos más exacta”.

### **2.1.1. Antecedentes Nacionales**

**Primer antecedente:** Según (Monteza, 2015) en su trabajo de Tesis: “Diseño de un sistema de costeo basado en actividades para mejorar la eficiencia de la empresa de fabricación calzado andino del Perú; Presentado por Lady Guissella Monteza Espinal, para optar el título de Contador Público, en la Escuela de Contabilidad de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú. Tesis cuyo objetivo general fue establecer como mejorar la eficiencia en la fabricación de calzados; metodología: trabajo de enfoque cuantitativo y diseño no experimental con un alcance descriptivo que llega a la Conclusión: Aplicando la metodología ABC la empresa Calzado Andino del Perú, obtuvo costos más precisos y relevantes, y el solo utilizar un sistema de costos tradicionales que se basa en la asignación global de costos, genera costos erróneos como es el caso de la Empresa Calzado Andino del Perú lo cual trae como consecuencia de que haya una equivocada toma de decisiones futuras” (Monteza, 2015)

**Segundo antecedente:** Según la tesis presentada por (Solis, 2014)"Gestion estrategica basado en un modelo de costos ABC en las pymes del sector industrial de calzados de Huancayo presentada por el bachiller: Solís López, Luis Alberto para optar el título profesional de: Contador Público Huancayo – Perú 2013 en la Universidad Nacional del



Centro del Perú facultad de contabilidad; La presente tesis, cuyo objetivo general fue Proponer a las PYMES del sector industrial de calzados de la ciudad de Huancayo, un modelo de Costos ABC, para racionalizar el uso de los recursos y capacidades, determinar los costos reales y consecuentemente contribuir a la dirección en el manejo de los Costos y Precios, bajo una visión estratégica. Metodología: Para realizar el presente trabajo de investigación, los métodos mas adecuados que se han de utilizar son: 1. El Método Inductivo y Deductivo 2. Método Comparativo 3. El Método Descriptivo Analítico, para realizar trabajos de investigación de Sistemas de Costos y sus efectos en la gestión empresarial. B) DISEÑO: El Diseño de investigación es por Objetivos. POBLACIÓN Y MUESTRA La población se delimita a las principales PYMES del sector de la industria de calzados de la ciudad de Huancayo, el trabajo es una respuesta a la necesidad existente de cambiar la forma de gestión en las Pymes para adaptar a los cambios del mercado global, que solo da cabida a los eficientes, a los competitivos, a los que ofrecen calidad en la producción de bienes y/o prestación de servicios. En el contexto del mercado global, donde la economía peruana se caracteriza por la ausencia de políticas de gobierno que contribuyan hacia su desarrollo de las empresas, se observa la ausencia de políticas de reactivación, contrariamente han originado injusticias económicas, por ejemplo en aplicación de normas tributarias rígidas, normas laborales que no garantizan la estabilidad del trabajador, entre otras, la falta de condiciones justas y equitativas no permite a este sector un desarrollo sostenido. Todas las empresas sin excepción para mantenerse en el mercado de alta competencia y salir adelante, como en el caso de las industrias de calzados a nivel de pequeña y mediana empresa, no queda otro camino que utilizar todas los conocimientos modernos para soportar el impacto de la globalización., es por ello mediante este trabajo de investigación llega a concluir alcanzando a la industria de calzados, el Diseño de un Modelo de Costos ABC, que les permitirá manejar con técnica y de una forma racional los costos y por contribuir a





desarrollar una gestión estratégica. Este trabajo de investigación responde a la necesidad de implementar un Modelo de Costos ABC, con la finalidad de contribuir desde el punto de vista contable al mejor control de la producción, costos, gastos, consecuentemente para determinar los costos unitarios de producción con racionalidad, y que esta información sirva para fijar precios competitivos” (Solis, 2014)

### **2.1.2. Antecedentes Locales**

**Primer antecedente:** Según el trabajo de investigación tesis presentado por (León & Ortiz, 2017) “El costeo ABC en el área de alimentos y bebidas y su participación en la fijación de precios y tarifas del Hotel Sueños del Inka Periodo 2014, presentado por Bach. Sheyla Susan León Valverde y Bach. Diony Ortiz Jauregui, para optar el título de Contador Público en la Universidad Andina del Cusco, Perú, año 2017. La presente tesis tuvo por objetivo determinar cuál es la participación del sistema de costeo ABC en la fijación de precios en la actividad de servicios prestada por centros de hospedaje; presenta la propuesta de un procedimiento metodológico de aplicación del Sistema de Costos Basado en Actividades ABC en el área de alimentos y bebidas de una empresa hotelera “Sueños del Inka ”, de la ciudad de Cusco, la misma que utiliza un sistema de costeo común donde distribuye los costos indirectos de fabricación directamente hacia los productos finales mediante una tasa predeterminada, siendo nuestro propósito proponer este sistema como un instrumento de gestión empresarial que considere cada una de las actividades para la determinación real de los costos incurridos en el área de estudio” (León & Ortiz, 2017)

### **2.2. Bases legales**

No se considera Bases Legales, por no estar normado el uso de este sistema en las empresas manufactureras, considerándose solamente un sistema opcional de uso para el que pretende obtener un posicionamiento optimo en el mercado.



## **2.3. Bases Teóricas**

### **2.3.1. Contabilidad de costos.**

Juan García Colín de su libro Contabilidad de Costos define: (Colin, 2008) “La contabilidad de costos es un sistema de información empleado para predeterminar, registrar, acumular, controlar, analizar, direccionar, interpretar e informar todo lo relacionado con los costos de producción, venta, administración y financiamiento” (Colin, 2008)

Alfonso Santa Cruz Ramos en su libro tratado de contabilidad de costos refiere: “Erick Kohler define que es una rama de la Contabilidad que trata de la clasificación, distribución, recopilación e información de los costos corrientes y en perspectiva.

National Association of Accountants (NAA):”Es una técnica o método para determinar el costo de un proyecto, proceso o producto utilizado por la mayor parte de las entidades legales de una sociedad o específicamente recomendado por un grupo autorizado de contabilidad” (Santa Cruz Ramos & Torres Carpio, 2008).

### **2.3.2. Costos.**

Erly Zevallos en su libro Contabilidad General dice “Es un conjunto de erogaciones o desembolsos con el fin de obtener un producto o servicio. Así como también se dice que es un conjunto de pagos y obligaciones contraídas, consumos, depreciación es, amortizaciones y aplicaciones atribuibles a un periodo determinado, relacionados con las funciones de producción, distribución, administración. En otras palabras es lo que cuesta hacer algo” (Zevallos, 2011).

### **2.3.3. Objetivos de la contabilidad de costo.**

Según Juan García Colín en su libro Contabilidad de Costos I menciona, los objetivos de la contabilidad de costos son, entre otros:



- Contribuir a fortalecer los mecanismos de coordinación y apoyo entre todas las áreas (compras, producción, recursos humanos, finanzas, distribución, ventas, etc.), para el logro de los objetivos de la empresa (Colin, 2008).
- Determinar costos unitarios para establecer estrategias que se conviertan en ventajas competitivas sostenibles, y para efectos de evaluar los inventarios de producción en proceso y de artículos terminados (Colin, 2008).
- Generar información que permita a los diferentes niveles de dirección una mejor planeación, evaluación y control de sus operaciones (Colin, 2008).
- Contribuir a mejorar los resultados operativos y financieros de la empresa, propiciando el ingreso a procesos de mejora continua (Colin, 2008).
- Contribuir en la elaboración de los presupuestos, en la planeación de utilidades y en la elección de alternativas, proporcionando información oportuna e incluso anticipada de los costos de producción, distribución, venta, administración y financiamiento (Colin, 2008).
- Controlar los costos incurridos a través de comparaciones con costos previamente establecidos y, en consecuencia, descubrir ineficiencias (Colin, 2008).
- Generar información que contribuya a determinar resultados por línea de negocios, productos y centros de costo (Colin, 2008).
- Atender los requerimientos de la Ley del Impuesto sobre la Renta y su Reglamento.
- Proporcionar información de costos, en forma oportuna, a la dirección de la empresa, para una mejor toma de decisiones (Colin, 2008).

#### **2.3.4. Costos fijos y variables**

Según Isidro Chambergó publica en la revista actualidad empresarial que señala:

Costos fijos: “Son todos aquellos que permanecen constantes durante el proceso productivo u operativo y, tienen una tendencia a bajar en la medida que aumenta el volumen de producción” (Colin, 2008).



Costos variables: “Según Kohler, los costos variables, son gastos operativos, que varían directamente, algunas veces en forma proporcional con las ventas o con el volumen de producción, los medios empleados, la utilización u otra medida de actividad: ejemplos: materiales consumidos, la mano de obra directa; la fuerza motriz, los suministros, la depreciación (sobre la base de producción); las comisiones sobre ventas, etc. Según Welsch, los costos variables son aquellas partidas de costo que varían en proporción directa con la producción o actividad en un centro de responsabilidad. Los costos variables son costos de actividad porque se acumulan como resultado de la producción, actividad o trabajo realizado.

No existirían si no fuera por la realización de alguna actividad. Los costos variables aumentan o disminuyen directamente con cambios en la producción; por eso, si se duplica la producción, el costo variable se duplica; o si la producción disminuye en un 10%, el costo disminuye en la misma proporción. La siguiente lista presenta los factores principales que una empresa debe considerar al establecer una definición de costos variables” (Chambergó, 2012) .

### **2.3.5. Sistemas de costos.**

El autor Erly Zevallos en su libro Contabilidad General dice:

Las empresas de servicios utilizan los sistemas tradicionales: por órdenes de trabajo y por procesos. Gran parte de estas empresas aplican sistemas más modernos como Costos Basados en las Actividades (CBA). El sistema de costos por órdenes de trabajo consiste en la generación de bienes o servicios heterogéneos, efectuados a la medida del cliente; en ese sentido, los costos se acumulan por cada pedido u orden de los clientes, existiendo una identificación de cada orden de trabajo. Dentro de las actividades que aplican este sistema se ubican las sociedades de auditoría, los trabajos de publicidad, las imprentas, las actividades de ingeniería y diseño, reparación de máquinas, entre otras. El sistema de costos por procesos permite que se acumulen los costos de producción por departamento o centro



de costos, y es aplicable para los prestadores de servicios homogéneos, de naturaleza continua e ininterrumpida, en donde es difícil diferenciar una unidad de servicio de las demás. Dentro de las actividades que pueden aplicar este tipo de costos se encuentran las empresas de servicios públicos, las sociedades agentes de bolsa, las empresas del sistema financiero, salas de cine, entre otras (Choy, 2012).

### **2.3.6. Costos directo y costos indirectos.**

Según Horngren, Datar y Rajan en su libro Contabilidad de costos un enfoque gerencial, menciona:

“Los costos directos de un objeto de costos se relacionan con el objeto de costos en particular y pueden atribuirse a dicho objeto desde un punto de vista económico (eficiente en cuanto a costos). Por ejemplo, el costo del acero o de los neumáticos es un costo directo del BMW x5. El costo del acero o de los neumáticos puede atribuirse con facilidad a los BMW x5 o identificarse con ellos. Los trabajadores de la línea del BMW x5 requieren materiales del almacén, en tanto que el documento de requisición de materiales identifica el costo de los materiales suministrados para el X5. Asimismo, los trabajadores individuales registran el tiempo que se utiliza para trabajar en las hojas de registro del X5. El costo de esa mano de obra se atribuye con facilidad al X5 y es otro ejemplo de un costo directo. El término costo atribuible se utiliza para describir la asignación de los costos directos a un objeto de costos específico. Los costos indirectos de un objeto de costos se relacionan con el objeto de costos particular; sin embargo, no pueden atribuirse a dicho objeto desde un punto de vista económico (eficiente en cuanto a costos). Por ejemplo, los sueldos de los administradores de la planta (incluyendo al gerente de la planta), quienes supervisan la producción de los diversos y diferentes tipos de vehículos que se producen en la planta de Spartanburg son un costo indirecto de los X5. Los costos por administración de la planta se relacionan con el objeto de costos (los X5), porque la administración de la planta es necesaria para administrar



la producción de los X5. Los costos por administración de la planta son costos indirectos, ya que los gerentes de dicha planta también supervisan la producción de otros productos, como el Roadster Z4. A diferencia del costo del acero o de los neumáticos, no hay una requisición de los servicios de administración de la planta y es prácticamente imposible atribuir los costos por administración de la planta a la línea x5. El término aplicación de costos se usa para describir la aplicación de los costos indirectos a un objeto de costos en particular. La asignación de costos es un término general que abarca: 1. la atribución de los costos directos a un objeto de costos y 2. la asignación de los costos indirectos a un objeto de costos. La ilustración 2-2 muestra los costos directos y los costos indirectos, y ambas formas de asignación de costos —atribución de costos y aplicación de costos— con el ejemplo del BMW x5” (Horngren, Datar, & Rajan, 2012)

### 2.3.7. Elementos de costos.

Para Juan García Colín en su libro Contabilidad de Costos I menciona:

Como ya hemos dicho, son los costos que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados. Son tres los elementos esenciales que integran el costo de producción:

- a) **Materia Prima.** Son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados, se dividen en:
  - **Materia prima directa (MPD)** Son los materiales sujetos a transformación, que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados, como por ejemplo, la madera en la industria mueblera.
  - **Materia prima indirecta (MPI)** Son los materiales sujetos a transformación, que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados, por ejemplo, el barniz en la industria mueblera.



**b) Mano de Obra.** Es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados, se divide en:

- Mano de obra directa (MOD) Son los salarios, prestaciones y obligaciones a que den lugar, de todos los trabajadores de la fábrica, cuya actividad se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.
- Mano de obra indirecta (MOI) Son los salarios, prestaciones y obligaciones a que den lugar, de todos los trabajadores y empleados de la fábrica, cuya actividad no se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

**c) Cargos indirectos (CI)** también llamados gastos de fabricación, gastos indirectos de fábrica, gastos indirectos de producción o costos indirectos, son el conjunto de costos fabriles que intervienen en la transformación de los productos y que no se identifican o cuantifican plenamente con la elaboración de partidas específicas de productos, procesos productivos o centros de costo determinados. (Colin, 2008)

### **2.3.8. Importancia de la contabilidad de costos**

- Plantear la explotación u operación sistemáticamente y por anticipado
- Obtener una explotación u operación eficiente
- Reducir al mínimo el desecho y desperdicio y la pérdida por producción.
- Mejorar los procesos, métodos, y los procedimientos de producción.
- Conserva los recursos e insumos.
- Evaluar el rendimiento e personal.

### **2.3.9. Costo y gasto**

Según Juan García Colín en su libro Contabilidad de Costos I menciona: El sacrificio realizado se mide en unidades monetarias, mediante la reducción de activos o el aumento de pasivos en el momento en que se obtiene el beneficio. En el momento de la adquisición se incurre en el costo, el cual puede beneficiar al periodo en que se origina o a uno o varios



periodos posteriores a aquel en que se efectuó. Por lo tanto, en términos generales, costo y gasto es lo mismo; las diferencias fundamentales entre ellos son:

- a. La función a la que se les asigna. Los costos se relacionan con la función de producción, mientras que los gastos lo hacen con las funciones de venta, administración y financiamiento.
- b. Tratamiento contable. Los costos se incorporan a los inventarios de materias primas, producción en proceso y artículos terminados y se reflejan como activo circulante dentro del balance general; los costos de producción se llevan al estado de resultados mediana y paulatinamente; es decir, cuando y a medida que los productos elaborados se venden, afectando el renglón costo de los artículos vendidos.
- c. Los gastos de venta, administración y financiamiento no corresponden al proceso productivo, es decir, no se incorporan al valor de los productos elaborados, sino que se consideran costos del periodo: se llevan al estado de resultados inmediata e íntegramente en el periodo en que se incurren. (Colin, 2008)

#### **2.3.10. Tipos de costos**

Según Ricardo Enríquez Caro, en su Bloc Administración Moderna clasifica en lo siguiente:

- Costos de producción. “Estos tipos de costos, son los que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos elaborados” (Enriquez, 2013). Se subdividen en:
  - Costos de materia prima. “Es el costo de materiales integrados al producto. Por ejemplo, la malta utilizada para producir cerveza, el tabaco para producir cigarros, etc. O sea los que deriven de: Cualquier parte de un producto que sea fácilmente identificable (como la arcilla de una vasija) “ (Enriquez, 2013).





- Costos de mano de obra. “Es el costo que interviene directamente en la transformación del producto. Por ejemplo, el sueldo del mecánico, del soldador, etc. O sea los que deriven de: el tiempo que intervienen los individuos que trabajan de manera específica en la fabricación de un producto o en la prestación de un servicio” (Enriquez, 2013).
- Gastos indirectos de fabricación. “Son los costos que intervienen en la transformación de los productos, con excepción de la materia prima y la mano de obra directo. Por ejemplo, el sueldo del supervisor, mantenimiento, energéticos, depreciación, etc. Cualquier costo de fábrica o de producción que es indirecto para un producto o servicio y, en consecuencia, no incluye materia prima directo y mano de obra directa es un costo indirecto “ (Enriquez, 2013).
- Costos de distribución o venta. “Son los que se incurren en el área que se encarga de llevar los productos terminados, desde la empresa hasta el consumidor. Se incurren En la promoción y venta de un producto o servicio. Por ejemplo, publicidad, comisiones, etcétera” (Enriquez, 2013)
- Costos de administración. “Son los que se originan en el área administrativa, o sea, los relacionados con la dirección y manejo de las operaciones generales de la empresa. Como pueden ser sueldos, teléfono, oficinas generales, etc. Esta clasificación tiene por objeto agrupar los costos por funciones, lo cual facilita cualquier análisis que se pretenda realizar de ellas” (Enriquez, 2013).
- Costos financieros: “Son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento. Incluyen el costo de los intereses que la compañía debe pagar por los préstamos, así como el costo de otorgar crédito a los clientes” (Enriquez, 2013)



### 2.3.11. Costeo basado en actividades (ABC)

De acuerdo a lo señalado por Carlos Humberto Echeverría Guzmán Socio Director de PLUS CONSULTORES S.A., resume el costeo basado en actividades de la siguiente manera: Existen ciertos términos que deben considerarse para comprender el presente sistema, los cuáles son:

**ABC activity based costing system:** Sistema de costos basados en actividades.

**Cost drivers:** Conductor de costos-base de asignación de costos. Un objeto de costos.

**Out puts:** Beneficios tangibles e intangibles proporcionados a los clientes.

**Pool:** Costo de una actividad en particular.

El costeo basado en actividades, por sus siglas en inglés ABC (Activity based costing), desarrollado en la universidad de Harvard, por Robin Cooper y Robert Kaplan, trata de asignar los gastos indirectos de fabricación a los productos de manera precisa.

“El sistema de costos ABC analiza las actividades de los departamentos de apoyo que proporcionan servicio a los departamentos de producción, por lo que se concluye que dichas actividades son las que verdaderamente generan los costos indirectos y que son los productos los que consumen dichas actividades” (Enriquez, 2013).

“El costeo ABC, asigna los costos a las actividades en función a la utilización de los recursos. Posteriormente asigna los costos a los objetos de costos en función a cómo dichos objetos de costos usan las actividades. En principio, ABC es un sistema de costeo basado en actividades de producción o de servicio. Es un proceso gerencial para administrar las actividades y procesos del negocio, para la toma de decisiones estratégicas y operacionales. Se utiliza para corregir deficiencias, al comparar los recursos consumidos con los productos finales, lo que permite a la gerencia tomar decisiones racionales entre alternativas económicas” (Enriquez, 2013).



- **Costo generador.** “Es el que se genera en una actividad. Indica el motivo de realizar una actividad y cuantifica los recursos que se consumen al llevarla a cabo. La administración basada en actividades persigue identificar a una organización como una serie de actividades que están relacionadas con los deseos de los clientes y con los costos. El costeo ABC, es entonces, el sistema de planificación de costos para este tipo de organización” (Enriquez, 2013).

“Tal sistema pretende costear la actividad, debido a que está asociada con la participación y realización del trabajo de los individuos en una organización. Si las actividades agregan valor es porque los individuos realizan sus labores eficientemente. Toda labor o actividad que no contribuya a agregar valor o que no sea clara su realización es un desperdicio; reconocerlo y eliminarlo es un objetivo del costeo ABC y por ende una forma de alcanzar que sus productos sean competitivos” (Enriquez, 2013).

- **Esquema general.** “La filosofía del costeo ABC, promueve que las actividades de la organización son las que deben ser el centro del análisis. Éstas son las que consumen recursos y los productos los que las utilizan, por lo que el costo unitario, el proceso de control, la toma de decisiones, la información y su presentación, deben seguir el proceso real” (Enriquez, 2013).

- **Objetivo del sistema de costeo ABC.** “El objetivo del costeo ABC, es conocer todas las actividades de una organización, para lo cual enfoca su atención en las razones que provocan que los recursos se consuman en las diferentes actividades y en utilizar una identificación exacta de los costos para facilitar las decisiones administrativas” (Enriquez, 2013).

- **Otras clasificaciones de costos.** “El costo, en toda su extensión, debe constituir la mayor preocupación para la administración de la compañía, se debe tener en cuenta que toda actividad es generadora de costos y constituye un medio importante de análisis de los



objetivos trazados. Las empresas típicamente crean valor al producir y distribuir bienes y servicios, por lo que, adicionalmente a la clasificación tradicional de los costos (fijos, variables, semi-variables, directos, indirectos), en el costeo ABC, éstos pueden clasificarse de acuerdo al grado en que la actividad o actividades generadoras del costo, crean valor para el cliente, por lo que se presentan a continuación” (Enriquez, 2013).

- **Costos de actividades que agregan valor.** “Son costos necesarios e indispensables. Se les conoce en el costeo ABC, como las actividades que generan costos en los procesos productivos y que agregan valor al producto o servicio final demandado que satisface la necesidad del cliente” (Enriquez, 2013).

- **Costos de actividades que no agregan valor.** “Son los que consumen las actividades que no contribuyen al resultado final del proceso, es decir, el producto o servicio que se demanda, por lo tanto no agregan valor alguno para el cliente, pero si lo hacen para la administración de la compañía. Sin embargo, los costos que demandan las actividades que no agregan valor para el cliente, pueden clasificarse como necesarios; porque generan valor para la compañía, asimismo pueden clasificarse como innecesarios; porque no agregan valor para el cliente ni para la compañía. Los costos de las actividades necesarias que agregan valor para la compañía, son los que se deben llevar a cabo como parte de la existencia de la misma (contabilidad, proveeduría, mantenimiento, otros). Los costos de las actividades innecesarias que no agregan valor para la compañía ni para el cliente, pueden ser clasificados como exceso, y por lo tanto, se debe decidir su continuidad” (Enriquez, 2013).

- **Evaluación de actividades necesarias que no agregan valor.** “Si bien es cierto que se tienen costos de actividades que no agregan valor al proceso del producto o servicio final para el cliente, estos costos son de vital importancia dada la existencia de la compañía, que de una u otra manera contribuyen al sustento de la misma, a diferencia de actividades que una vez analizadas son consideradas superfluas, es decir, no agregan valor ni para el cliente,



ni para la compañía, por lo que éstas actividades pueden ser transferidas a otras empresas especializadas en la actividad” (Enriquez, 2013).

- **Funcionamiento del costeo ABC.** “El costeo ABC, se fundamenta en distribuir los recursos de una organización (Mano de obra, materiales, etc.), medidos en unidades monetarias o las actividades que realiza la misma; se utilizan entonces, los cost-drivers o costos generadores de las actividades. Análogamente, los recursos asignados a las actividades serán distribuidos a los productos o servicios. De tal manera, se puede medir con mayor exactitud el esfuerzo asociado a la aplicación de una acción (producir, mantener, etc.) sobre un objeto (material, maquinaria, etc.). El costeo basado en actividades identifica primero los costos a las actividades y posteriormente a los productos y a otros objetos de costo. El supuesto fundamental es que las actividades consumen recursos y que los productos y los objetos de costo consumen actividades. Al diseñar un sistema de costeo basado en actividades, existen seis pasos esenciales los que se listan a continuación” (Enriquez, 2013).:

- Identificar, definir y clasificar las actividades y los atributos claves.
- Asignar el costo de los recursos a las actividades.
- Asignar el costo de las actividades secundarias a las actividades primarias.
- Identificar los objetos de costo y especificar la cantidad de cada actividad consumida por los objetos de costo específico.
- Calcular las tasas primarias de actividad.
- Asignar los costos de las actividades a los objetos de costo.

- **Identificación de actividades, definición y clasificación.** “La identificación de actividades, es el primer paso lógico al diseñar un sistema de costeo ABC. Las actividades representan acciones tomadas o trabajos desempeñados por los empleados. La identificación de una actividad es equivalente a la descripción de la acción tomada, por lo general se utiliza



un verbo y un objeto que reciba la acción. Una lista sencilla de las actividades identificadas recibe el nombre de Inventario de Actividades” (Enriquez, 2013).

- **Definición de actividades.** “Una vez que existe un inventario de actividades, entonces se utilizan los atributos de las actividades para definir las. Los atributos de las actividades se definen como aspectos de información financiera y no financiera que describen actividades individuales. Un diccionario de actividades, lista las actividades de la organización a lo largo de los atributos deseados. Los atributos seleccionados dependen del propósito que se atiende. Los ejemplos de los atributos de las actividades con un objetivo de costeo de productos, incluyen las tareas que describen la actividad, a los tipos de recursos consumidos por la actividad, a los objetos de costo que consumen la actividad, y a la medida de consumo de actividades (generador de actividad). Las actividades son los bloques de construcción para el costeo del producto y para la mejora continua. Un diccionario de actividades proporciona información crucial para un costeo ABC y principios básicos para una administración basada en actividades eficaz “ (Enriquez, 2013).

- **Clasificación de las actividades.** “Los atributos definen y describen las actividades y, al mismo tiempo, se convierten en la base para la clasificación de las actividades. La clasificación de las actividades facilita el logro de los objetivos gerenciales clave, tales como el costeo del producto o el costo del cliente, la mejora continua, la administración de la calidad total y la administración de los costos ambientales. Por ejemplo, para propósitos de costeo, las actividades se pueden clasificar como primarias o secundarias. Una actividad primaria es la que se consume por un objeto final de costo, tal como un producto o cliente. Una actividad secundaria es la que se consume por objetos de costo intermedios tales como las actividades primarias, los materiales y otras actividades secundarias. El reconocer la diferencia entre los dos tipos de actividades facilita el costeo de los productos, de tal manera que en la primera etapa del costeo ABC, el costo de los recursos se asigna a las actividades.



Los costos de las actividades secundarias consumidas por las actividades primarias se deben asignar a las mismas, luego, se deben asignar los costos de las actividades primarias a los productos” (Enriquez, 2013).

- **Asignación de costos de los recursos a las actividades.** “Después de identificar y de describir las actividades, la siguiente tarea consiste en determinar el costo que conlleva ejecutar cada actividad. El costo de una actividad es el costo de los recursos consumidos por cada actividad. Las actividades consumen recursos tales como la mano de obra, los materiales, la energía y el capital. El costo de éstos recursos se encuentra en el libro mayor general, pero no se revela la cantidad que se gasta en cada actividad. Los costos de los recursos se deben asignar a las actividades, la forma de realizarlo es utilizar un identificador directo. Para los recursos de la mano de obra, se utiliza con frecuencia una matriz de distribución del trabajo, que emplea simplemente la cantidad de mano de obra consumida por cada actividad y se deriva del proceso de las entrevistas o una encuesta escrita. El tiempo utilizado en cada actividad es el generador que se utiliza para asignar los costos de la mano de obra a tal actividad. Si el tiempo que se emplea es el 100%, entonces la mano de obra es exclusiva para ésta actividad y el identificador directo es el método de asignación de costos. Por otra parte, si el recurso de los servicios de otra actividad es compartida por varias actividades, el rastreo de generador se utiliza para la asignación del costo. Éstos generadores reciben el nombre de generador de recursos. Los generadores de recursos son factores que miden el consumo de los recursos por parte de las actividades. Las entrevistas, los formatos de encuesta, los cuestionarios y los sistemas de control de tiempo son ejemplos de herramientas que pueden ser empleadas para recabar datos sobre los generadores de recursos. El seguimiento del esfuerzo invertido en diferentes actividades es similar al seguimiento del tiempo que los trabajadores pasan en diferentes puestos. Sin, embargo, existe una diferencia de gran importancia. El porcentaje del esfuerzo invertido en las diversas actividades es por



lo general bastante constante y tan solo necesita medirse de manera periódica. También existe la misma propiedad de constancia para otros tipos de generadores de recursos. En efecto, el tiempo de la mano de obra es un estándar que se utiliza para asignar el costo de los recursos. Los tiempos reales no necesitan medirse de manera constante ni utilizarse para lograr la asignación de costos deseada. La mano de obra es solamente uno de los muchos recursos consumidos por las actividades. Las actividades también consumen materiales, capital y energía. El costo de estos recursos también se asigna a las actividades al utilizar un identificador directo y un identificador de generadores de recursos. La asignación de los costos de los recursos a las actividades requiere que tales costos descritos en el mayor general sean segregados y reasignados. En un sistema de contabilidad tradicional, el mayor general reporta los costos por departamento y por cuenta de costos con base en un catálogo de cuentas (Enriquez, 2013).

- **Asignación de los costos de las actividades secundarias a las actividades primarias.** “La asignación de los costos a las actividades completa la primera etapa del costeo ABC. En ésta primera etapa, las actividades se clasifican como primarias y secundarias. Si existen actividades secundarias, también existen actividades intermedias. En una etapa intermedia, el costo de las actividades secundarias se asigna a las actividades u otros objetos de costo intermedio que consumen su resultado final. Por ejemplo, si la supervisión de obreros es una actividad secundaria, entonces, el porcentaje de tiempo que cada obrero utiliza para realizar cada una de las actividades asignadas; y se supone que la supervisión se consume en proporción al contenido de la mano de obra en las actividades primarias (actividades de obreros), el costo de la supervisión se asignaría al utilizar el porcentaje por cada actividad primaria, al multiplicar el total del valor de la supervisión para asignar a cada actividad el valor que le corresponde” (Enriquez, 2013).





- **Objetos de costo.** “Una vez que se determinan los costos de las actividades primarias, se asignan entonces a los productos o a otros objetos de costo en proporción al consumo de la actividad, de acuerdo a la medida del generador de actividad. Sin embargo, antes de realizar cualquier asignación, los objetos de costo deben identificarse y las exigencias que los objetos ejercen sobre las actividades deben medirse. Es posible encontrar muchos objetos de costo diferentes: los productos, los materiales, los clientes, los canales de distribución, los proveedores y las regiones geográficas son algunos ejemplos. Los generadores de actividad miden las exigencias que los objetos de costo ejercen sobre las actividades. La mayoría de los diseños de los sistemas de costeo ABC, eligen entre uno de dos tipos de generadores de actividad: los generadores de transacción y los generadores de duración. Los generadores de transacción miden el número de veces que se ejecuta una actividad, tal como el número de tratamiento y el número de requerimientos. Los generadores de duración miden las exigencias en términos del tiempo que se requiere para ejecutar una actividad, como las horas de cuidados higiénicos y las horas de monitoreo. Los generadores de duración se deben utilizar cuando el tiempo requerido para ejecutar una actividad varía de una transacción a otra. Una vez definidos los generadores, se crea una cédula de actividades. Ésta especifica el producto, la cantidad esperada del mismo, las actividades y la cantidad de cada actividad que se espera que consuma cada producto” (Enriquez, 2013).

- **Tasas de actividad y costeo de productos.** “Las tasas de las actividades primarias se calculan al dividir los costos presupuestados de las actividades entre la capacidad práctica de las mismas, donde la capacidad de las actividades es la cantidad del producto final de una actividad (como medida del generador de la actividad). La capacidad práctica es el producto final de una actividad que se puede lograr si ésta se ejecuta de manera eficiente” (Enriquez, 2013).



- **Principales características.** “Como características del costeo ABC, se pueden mencionar las siguientes: Integridad: Fue diseñado para el estudio de la organización completa (fueron incluidas cada una de las áreas) para analizar así todas las actividades; Aspectos contables: Es un sistema extra contable, que incluyen todas las transacciones y operaciones que no constan y no se registran en los libros de la contabilidad, tampoco utiliza la partida doble, la cual indica que cada transacción se registra por entradas en al menos dos cuentas. El total de los valores de débito deben ser iguales al valor total de los valores de crédito; Costos ex-post: Se basa en costos históricos extraídos de los registros contables; Frecuencia y rutina de información: Se sustenta por información permanente, no es necesario esperar la finalización de un período (mes, semestre, etc.) para contar con datos precisos” (Echeverría, 2018)

### **2.3.12. Concepto de definición de precio.**

En su libro Dirección de Marketing, Kotler, Philip y Keller, Kevin L. indican lo siguiente:

“El precio puede definirse como la cantidad de dinero (también cabe la posibilidad de utilizar productos y servicios) que el comprador intercambia por productos y/o servicios recibidos de vendedor (Echeverría, 2018). En este sentido, Martin (1997) asocia el precio de un bien al valor del intercambio del mismo, expresado en términos monetarios; por su parte, Lambin (1991) se refiere a él como aquella “relación que indica la cantidad de dinero necesario para adquirir una cantidad dada de un bien o servicio. En definitiva, el precio de venta representa, desde el punto de vista del comprador, la cantidad de recursos (expresada normalmente en dinero aunque también podría consistir en productos y servicios) que es necesario sacrificar o entregar para adquirir la propiedad o derecho de uso y disfrute de un producto o servicio, y desde el punto de vista del vendedor, la cantidad de recursos (dinero, productos o servicios) obtenidos por la venta de un producto o servicio” (Echeverría, 2018). Por tanto la primera



idea que encontramos es que el precio posee una naturaleza fundamentalmente económica, y representa el sacrificio monetario que es preciso realizar para obtener un determinado producto. Ese sacrificio deriva, en gran medida, de la necesidad de renunciar a una parte del presupuesto limitado de que dispone el consumidor, y que podría haber sido aplicado en adquisición de otro producto. La definición del precio de venta propuesta anteriormente lleva a muchas ocasiones, a poseer de una visión limitada. Ello puede comprobarse fácilmente cuando se plantea su modificación, que suele asociarse casi automáticamente a un cambio de la cuantía de recursos que el comprador debe entregar al vendedor para adquirir el producto o servicio deseado. Sin embargo los cambios del precio presentan otras muchas posibilidades, Cantidad de bienes de cambio que una persona está dispuesta a ceder por un bien o servicio, servicio, en un tiempo, tiempo, lugar y contexto específico” (Kotler & Keller, 2006)

### **2.3.13. Tipos de precios**

Isabel María Rosa Díaz, en su libro *Gestión de Precios*, indica que:

“El precio es el elemento fundamental sobre el que gira esta obra; conviene, por lo tanto, analizar los siguientes tipos de precios. Seguidamente se define un conjunto de ellos (por orden alfabético). Se trata de términos que se utilizaran a lo largo de la obra con frecuencia, por lo que consideramos fundamentalmente el conocimiento previo de los mismos. Además, progresivamente se introducirán otros conceptos de precios” (Echeverría, 2018).

- Precio conjunto: “Es el precio que se deriva de la práctica de ofrecer dos o más productos y/o servicios de forma mancomunada” (Echeverría, 2018).

- Precio corriente o habitual: “Es un precio fijo que no varía a corto o mediano plazo. Durante el periodo de vigencia del precio corriente pueden cambiar los atributos, los productos (calidad, cantidad), pero no el precio” (Echeverría, 2018).



- Precio de coste: “El precio de coste se refiere a todo lo que ha costado un producto, la prestación de un servicio, o bien un grupo de productos o de prestaciones de servicios, en el estadio final de producción “ (Echeverría, 2018).
- Precios Finales: “Son el precio más bajo y más alto de los establecidos para una línea de productos” (Echeverría, 2018)
- Precios de línea de productos: Son los precios que se fijan a los distintos artículos que componen la línea” (Echeverría, 2018).
- Precios de Origen: “Es el precio del producto en el momento de su fabricación, es decir, lo que hay que pagar por el producto a pie de fabricación, sin incluir el coste de transporte, márgenes intermediarios, etc” (Echeverría, 2018).
- Precio político: “Precio pagado por un producto o servicio que es inferior al coste, lo que se justifica porque, además de satisfacer la necesidad individual del comprador, también permite satisfacer una necesidad privada y por tanto, la convivencia de no alterar el equilibrio de la empresa que comercializa el producto o el servicio. En otro sentido, entendemos por precio político el que va encaminado a conseguir una determinada política de empresa (por ejemplo, si queremos fomentar los hogares con teléfono, podemos fijar el precio de entrada o de enganche al coste o por debajo del mismo.)” (Echeverría, 2018).
- Precio público “Precio pagado por un producto o servicio que es inferior al coste más que tiene más relevancia la necesidad colectiva que satisface que el equilibrio de la empresa que produce el bien o presta el servicio” (Rosa Diaz, Rondan C., & Castro, 2013)
- Precio de referencia: “Precio que las personas utilizan para comparar las distintas alternativas de precio que ofrece el mercado. Una variante de este concepto lo define como el precio considerado como deseable en la evolución del mercado. El precio de referencia puede ser el precio pagado en la última compra, un precio medio, el precio esperado, etc.



Precios contables, duales, sobra, teorías o ficticios: Tipología de precios naturales o precios justos, que responden al aprovechamiento más eficiente de los recursos productivos. Se obtienen optimizando el programa dual del programa lineal que nos permite determinar el programa óptimo de la producción” (Rosa Diaz, Rondan C., & Castro, 2013).

- Precio de mercado: “Por precio de mercado se entiende alguno de los siguientes conceptos:

- Precio que prevalece en el mercado durante un tiempo dado (también recibe el nombre de precio corriente o habitual). - Precio para el cual la oferta y la demanda del mercado se equilibran.- Referido a valores mobiliarios, es el último precio al cual la acción o la obligación es vendida” (Rosa Diaz, Rondan C., & Castro, 2013).

- Precio recomendado: “Precio que el fabricante da como orientación a los diferentes intermediarios que constituyen el canal de distribución para que estos fijen sus precios de venta. Una variedad de este tipo de precio es el precio lunar, que consiste en realizar recomendaciones de establecer un nivel de precio alto, lo que permite al empresario realizar descuentos importantes y, por lo tanto, impresionar favorablemente al cliente con ofertas especialmente atractivas” (Rosa Diaz, Rondan C., & Castro, 2013).

- Precio umbral: “También denominado precio limite. Es el precio correspondiente al coste variable. Este precio no permite recuperar más que el valor de reemplazamiento del producto y posee margen nulo” (Rosa Diaz, Rondan C., & Castro, 2013).

- Precio de venta: “Valor, expresado en cantidad de recursos, mediante el cual el vendedor transfiere la propiedad de sus productos al comprador” (Rosa Diaz, Rondan C., & Castro, 2013).

Por último, “destacamos que la fijación del precio de venta puede estar referida a situaciones complejas, que generan notable dificultades tanto por los vendedores como para los compradores; a modo de ejemplo, cabe mencionar las siguientes: - Establecimiento de precios no lineales a través de bonificaciones y descuentos (por ejemplo, “tres por el precio



de dos” o “bonos de lealtad”). - Comercialización de productos en envases de distintas formas y tamaños. Toma simultanea de decisiones de precios que afectan tanto el producto considerados como a sus productos complementarios. - Venta conjunta de bienes (será necesario decidir si se establece un precio único para el conjunto, o bien un precio particular para cada componente). - Establecimiento de precios diferentes para un mismo producto en función del periodo de tiempo que se considere (precios especiales de introducción, fijación de precios distintos según la estación del año, el día de la semana la hora del día etc.). - Mantenimiento de precios estables durante un cierto periodo de tiempo frente a los cambios continuos de precios. - Materialización del precio antes durante o después de la venta (seria del caso de un automóvil, un negocio de precios o una consulta médica, respectivamente). - Discriminación de precios (en función del tipo de consumidor- individual o grupo), - Composición del precio (por ejemplo, una parte fija más una parte que depende del uso que se da al producto). - Complejidad de los términos en que se deben realizar el pago (rebajas, descuentos, bonos de lealtad, método de financiación o condiciones de pago, que determinan la cuantía final que paga el consumidor.) - Naturaleza del producto (bien tangible/ bien intangible; bien de consumo / bien industrial)” (Rosa Diaz, Rondan C., & Castro, 2013)

#### **2.3.14. Proceso de fijación de precios.**

Winkler, W. en su libro Política de Precios, indica que:

“Elementos que incide sobre la fijación y modificación de los precios. La fijación acertada de los precios es una tarea difícil de realizar, ya que los cambios continuos del ámbito comercial, así como su carácter marcadamente borroso, impiden que las decisiones sobre precios puedan ser adoptadas mediante la simple aplicación de formulaciones matemáticas o contables. De este modo la fijación del precio de un producto se ve influida por un conjunto de factores y de objetivos. Por ello, la cuestión que planteamos en este apartado alude a cuales son los elementos que deben ser tenidos en cuenta para desarrollar



una adecuada fijación práctica del precio de venta. Dentro del proceso de fijación del precio de venta de un producto, es necesario tener en cuenta tres restricciones fundamentales: costes, demanda y competencia. Este planeamiento se corresponde con la propuesta realizada por Winkler (1995) quien establece el plan fundamentando en precios fijados según el mercado” (Winkler, 1991)

### **2.3.15. Procesos de fijación del precio de venta.**

Isabel María Rosa Díaz, en su libro Gestión de Precios, indica que:

“Son diversos los planeamientos acerca del proceso que deben de seguir las empresas para establecer el precio de venta de sus productos. La característica común que presenta la mayoría de ello es que incluye tres elementos fundamentales: la demanda los costes y la competencia. A partir de estos planeamientos hemos desarrollado dos propuestas propias acerca de las etapas que deben configurar el proceso de fijación de precios de venta de un producto. En la primera de ellas, más esquemática, proponemos dividir el proceso de fijación de ventas en cuatro fases. - La primera fase: consiste en el estudio de los factores determinantes del precio de venta. Seguidamente procedemos a un análisis detallado y cuidadoso de estos factores fundamentales que constituyen la esencia del precio de venta. Esta etapa finaliza con el desarrollo exhausto de un conjunto de procedimientos para fijar el precio, basándonos en los factores relevantes que lo condicionan es decir el coste, la demanda y la competencia. - La segunda fase: Consiste en determinar los objetivos de la política de precio y en fijar los precios para alcanzar dichos objetivos sin duda, las dos primeras fases gozan de complementariedad: La segunda fase tiene su punto de partida en la información suministrada en el desarrollo de la primera. - La tercera fase: Consiste en la incorporación de las estrategias empresariales de precios. Este paso se añade una vez establecido los objetivos de la política de precio y previamente a la fijación de precios basados en los objetivos. Al terminar de esta tercera fase nos encontramos que hemos



generado un conjunto de precios que son alternativas posibles. - La cuarta fase: es la elección del precio de venta. Este ha de seleccionarse con toda la información obtenida en el desarrollo de las anteriores partes del proceso, y teniendo en cuenta que existen una serie de leyes que restringen la posibilidad de utilizar alguno de los precios posibles. - Revisiones de los precios. La fijación de precios de un producto se plantea en una empresa e distintos momentos o situaciones de actividad empresarial: En primer lugar; el momento en que nace una empresa, esta debe fijar necesariamente el precio de todos y cada uno de los productos que va a comercializar. En segundo lugar, cuando una organización lanza un nuevo producto o una nueva marca, debe establecer el precio de ventas de los mismos en el mercado. En tercer lugar, cuando una firma accede con sus productos a nuevos mercados, también deben considerar cual es el precio que va a fijar para introducirse en las zonas elegidas” (Rosa Diaz, Rondan C., & Castro, 2013)

#### **2.3.16. Tipos de objetivos de fijación de precio.**

En su libro Dirección de Marketing, Kotler, Philip y Keller, Kevin L. indican lo siguiente:

Objetivo general: obtener rentabilidad. En la práctica, los podemos agrupar de la siguiente manera:

##### **a. Orientados a la utilidad**

- Maximización de la utilidad
- Margen meta
- Retorno meta sobre la inversión.

##### **b. Orientados al volumen**

- Maximización de las ventas
- Maximización de la participación de mercado

##### **c. Orientado a la imagen**





- Imagen de calidad
- Imagen del valor
- d. Orientados a la competencia
  - Estabilización de los precios
  - Alineación con los competidores
- e. Orientados a la supervivencia” (Kotler & Keller, 2006)

### 2.3.17. Métodos de fijación de precios.

En su libro Dirección de Marketing, Kotler, Philip y Keller, Kevin L. indican lo siguiente:

- a. **Precios con orientación al costo.** Nos encontramos con dos modalidades básicas:
  - **Método del costo más Margen.** Consiste en añadir un margen de beneficio al costo total unitario del producto.

$$\text{Costo total unitario} = \text{Costo variable} + \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Unidades producidas}}$$

Al costo total unitario así obtenido, se le suma el margen de beneficio que se desea obtener.

$$\text{Precio de venta (PV)} = \frac{\text{Costo total unitario (CTU)} + \text{Margen s/}}{\text{Precio de venta (MxPV)}}$$

- **Método del Precio Objetivo.** Para su determinación puede utilizarse el análisis del punto de equilibrio

$$Q = \frac{CF}{P-CVU}$$

El análisis del punto de equilibrio también puede utilizarse para determinar el precio que debería fijarse para alcanzar los objetivos de venta y rentabilidad previstos.

$$P = CVU + \frac{CF+B}{Q}$$



Inconvenientes: No contemplan la respuesta de la demanda ni de la competencia frente a variaciones del precio. Hay un razonamiento circular implícito: el volumen determina los costos, los cuales determinan los precios que, al mismo tiempo, determinan el nivel de la demanda.

**b. Precios con orientación a la demanda.** Tienen un fundamento subjetivo, dado por el valor percibido. Para la fijación de precios en función del valor, el precio meta se basa en una estimación de valor, no en los costos. Así, el precio meta guía las decisiones relacionadas con los costos que deben incurrirse, en lugar de lo contrario.



Los precios se fijan considerando:

La psicología del consumidor: estrategias de precios psicológicos.

La elasticidad de la demanda: estrategias de precios diferenciales.

**c. Precios orientados a la competencia.** La fijación de los precios varía según la posición de la empresa respecto a la competencia, dando lugar a las siguientes estrategias:

- Cooperativa
- Adaptativa
- Oportunista
- Predatoria”(Kotler & Keller, 2006)

### 2.3.18. Reseña Histórica de la Empresa.

En el año 1965 el fundador de la empresa Valdez, ingreso a la escuela 705 pre vocacional de los padres dominicos en la zona denominada la granja donde le enseñaron el



arte de la carpintería por un periodo de 5 años luego ya con los conocimientos obtenidos se dedicó al trabajo directamente con los padres realizando trabajos para el pueblo. En 1980 decide abrir su propio taller de carpintería en la casa de sus padres, acompañado de un amigo de la infancia, siendo una de las primeros talleres de carpintería de la ciudad de Quillabamba, Santa Ana, al pasar los años ya con su familia decide mudarse a su domicilio propio, ubicado en el jirón Martín Pío Concha al costado de la plazoleta Simón Bolívar y expandir más el taller de carpintería. A inicios del 2000 se promulgaron leyes en protección al medio ambiente, dentro de ello la prohibición de la extracción de la madera, teniendo como resultado el incremento del precio de la madera, material imprescindible como materia prima a este giro de negocio, la necesidad de salir adelante a nivel familiar y posicionamiento en el mercado, nos impulsa a mantener el taller de manera formal, en vista que habían clientes que exigían comprobantes de pago, fue entonces que Don Juan Ayala Villar decide obtener su RUC como persona natural y estar en el Régimen especial de rentas por las facilidades tributarias. Consiente de las nuevas alternativas en materiales como triplay, melamina, aluminio, metal y vidrio con los precios más bajos, pero de menor durabilidad, se propuso implementar en el taller de carpintería tres modelos de puertas como: puertas estándar, superior y contra placada para afrontar el cambio de las propuestas de política de gobierno instauradas. En la actualidad la producción en este giro de negocios bajo considerablemente por la competencia y nuevos gustos y preferencias. Las utilidades en la empresa no se identificaron con precisión en vista que el costeo y los CIF en la fabricación de puertas para obtener el precio de venta eran de manera tradicional y empírica, es por ello que en el mercado competitivo nuestros productos no estaban siendo cotizados como se pensaba, obteniendo ventas por debajo de lo esperado. En la actualidad la empresa Juan Ayala Villar mantiene sus costeos de manera tradicional, sin embargo existe la propuesta de incorporar los costes basados en actividades que le permitirá gerenciar de mejor manera sus costes de



producción, con las coordinaciones permanentes con el propietario de la empresa, en el cual nos propusimos implementar un nuevo sistema de costeo basado en actividades para mejorar su producción y posicionamiento en el mercado

## **2.4. Marco Conceptual.**

### **2.4.1. Actividad.**

Es un acontecimiento, tarea o unidad de trabajo que tiene un motivo específico y consume recursos. Es utilizado en el sistema de costo basado en actividades (ABC) para identificar las actividades individuales y luego asignarlas los objetos de costo. (Guerrero, 2018)

### **2.4.2. Costo.**

Recursos sacrificados que se capitalizan con el fin de lograr un objetivo específico. (Medina, 2018)

### **2.4.3. Costos ABC – Costeo basado por actividades.**

El Método de Costeo ABC analiza las actividades de los departamentos indirectos dentro de una institución para calcular el costo de los productos terminados. (Sanchez, 2013).

### **2.4.4. Costos indirectos de fabricación.**

Costos normalmente de difícil identificación o resultado de bienes y servicios aplicables a la actividad en general. Incluyen costos de operaciones de manufacturas (mantenimiento, gastos generales, etc.) (Garcia, 2018)

### **2.4.5. Fijación de precios.**

Determinación de precios; En este sentido, la fijación de precios hace referencia al precio que un vendedor pone a un producto que ofrece en el mercado. El juego de la oferta y la demanda es el mecanismo que regula los precios (Garcia, 2018).



#### **2.4.6. Inductor de costos/Drivers.**

El cost driver trata de establecer una relación de causalidad entre el consumo de recursos y la producción obtenida, entendida esta como el output derivado de cada actividad, pudiéndose distinguir los cuatro niveles de causalidad reflejados en el gráfico siguiente. (Guerrero, 2018)

#### **2.4.7. Mano de obra directa.**

Sueldos, salarios, prestaciones y aportes devengados por el personal productivo durante el tiempo productivo en el proceso de producción. (Medina, 2018)

#### **2.4.8. Materia Prima.**

Materiales necesarios en la producción, que se identifican con el producto y de valor no despreciable. Se les denomina también materia prima. (Medina, 2018)

#### **2.4.4. Precio.**

Valoración de un bien o servicio en unidades monetarias u otro instrumento de cambio. El precio puede ser fijado libremente por el mercado en función de la oferta y la demanda, o por las autoridades, en cuyo caso se trataría de un precio controlado. (Asesor Empresarial, 2018).

#### **2.4.5. Sistemas de costos.**

Un conjunto coordinado de procedimientos de contabilidad, diseñado para desarrollar la función de la contabilidad de costos. Véase “contabilidad de costos”. Básicamente, los sistemas de costos son bien por órdenes o por proceso (por operaciones) y pueden utilizar tanto costos reales como costos estándar o una combinación de ambos. (Asesor Empresarial, 2018).



## **2.5. Formulación de hipótesis.**

### **2.5.1. Hipótesis general.**

No se formula hipótesis por ser un trabajo de investigación de alcance descriptivo.

## **2.6. Variables.**

- Costos Basados en Actividades.
- Fijación de Precios.

### **2.6.1. Conceptualización de la Variables**

#### **- Costos Basados en Actividades.**

“El Método de Costeo ABC analiza las actividades de los departamentos indirectos dentro de una institución para calcular el costo de los productos terminados” (Sanchez, 2013).

#### **- Fijación de Precios.**

“Consiste en considerar tanto los costos de producción como los gastos de operación más el porcentaje deseado de utilidad por la alta gerencia, definido en función de las utilidades que se desean lograr” (Castillo, 2016)



### 2.6.2. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Costos Basados en Actividades	“El Método de Costeo ABC analiza las actividades de los departamentos indirectos dentro de una institución para calcular el costo de los productos terminados” (Sanchez, 2013).	Actividades	Corte Trazado Armado Ensamblaje Lijado Acabado Embalaje Instalación
		Inductores de costos	Materia Prima  Mano de Obra Directa  Costos indirectos de Fabricación
Fijación de Precios	“Consiste en considerar tanto los costos de producción como los gastos de operación más el porcentaje deseado de utilidad por la alta gerencia, definido en función de las utilidades que se desean lograr” (Castillo, 2016)	Costo de Producción	Costeo ABC
		Gastos de Operación	
		Margen de utilidad	Utilidad estimada en %



## CAPÍTULO III

### MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

#### **3.1. Tipo de investigación.**

La Investigación es de tipo Básica porque permite contrastar las teorías ya existentes a través de la consulta de los métodos de costeo en especial el basado en actividades.

#### **3.2. Enfoque de investigación.**

El presente trabajo de Investigación es de enfoque Cuantitativo, en razón de que nos permite utilizar la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

#### **3.3. Diseño de la investigación.**

El diseño de la investigación es No experimental, porque el estudio que se realiza es sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

#### **3.4. Alcance de la investigación.**

El trabajo de investigación es de alcance descriptivo, porque busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

#### **3.5. Población y muestra de la investigación.**

##### **3.5.1. Población.**

La Población de estudio está conformada por la documentación contable del área de costos, en función a los comprobantes de pago como: (boletas de venta, facturas y declaraciones juradas de los ingresos y salidas de la empresa.





### **3.5.2. Muestra.**

La muestra está comprendida por los comprobantes de pago (boletas de venta, facturas entre otros) que nos permite determinar los costos basados en actividades, resultando ser la muestra de tipo probabilístico (análisis documental).

## **3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **3.6.1. Técnicas.**

La investigación permitirá aplicar las siguientes técnicas:

**Análisis documental.-** Se utilizara para recolectar los datos que permitirán recoger información sobre los costos.

### **3.6.2. Instrumentos.**

Los Instrumentos que se utilizaran son los siguientes:

**Guía de Análisis Documental.-** Se utilizara para recolectar los datos que permitirán recoger información sobre los costos.

## **3.7. Procesamiento de datos**

Los datos recogidos durante el trabajo de campo serán procesados y analizados con ayuda del programa Excel y los paquetes estadísticos SPSS si fuera necesario.



## CAPITULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1 Resultados.

La investigación realizada ha podido llegar a los siguientes resultados:

##### 4.1.1. Infraestructura.

La entidad en estudio tiene sus instalaciones e infraestructura en dos locales; la planta donde desarrolla sus actividades es de propiedad de la empresa y el local de ventas es arrendado; el primero tiene el uso exclusivo como taller en el que se encuentran los principales activos constituidos por maquinaria y equipo y herramientas necesarias para la actividad de carpintería, mientras que cuenta con otro local destinado a la exhibición y venta de los productos que fabrica la empresa.

##### 4.1.2. Costos indirectos de fabricación.

La empresa realiza la acumulación de los CIF durante todo el mes y al finalizar cada periodo se realiza la distribución ponderando considerando para tal fin la suma de la mano de obra y materiales directos incurridos en el periodo.

##### 4.1.3. Resultados.

Los resultados son presentados de manera ordenada basada en la determinación de costos y fijación de precios según el siguiente orden:

**Nivel I.-** Determinación de costos y fijación de precios bajo la estructura tradicional

**Nivel II.-** Determinación de costos y fijación de precios bajo actividades-ABC basado en ventas a clientes en el periodo de estudio

**Nivel III.-** Determinación de costos y fijación de precios bajo actividades-ABC basado en modelo de puertas ofertadas al mercado



## Nivel I

### Determinación de costos y fijación de precios -Tradicional

**Tabla 1**

***Materia prima y materiales indirectos***

Puertas Tipo estándar

( Expresado en soles)

Producto	Medida	Cantidad	unitario	Total
Madera tornillo (Aguano)	Pie cubico	60.00	4.20	252.00
Thiner Acrílico	Galón	0.67	15.00	9.98
Laca Paracas	Galón	0.50	70.00	35.00
Kola	Kilógramo	0.25	30.00	7.50
Lijar 40,60,120	Unidad	2.00	1.50	3.00
Huaype	Kilogramo	1.00	8.00	8.00
<b>Totales</b>				<b>S/315.48</b>

Representa los materiales directos requeridos para la producción puertas del tipo estándar con medidas de 201cm por 82cm Los materiales son requeridos en forma semanal en base a las órdenes de producción.

**Tabla 2**

***Materia prima y materiales indirectos***

***Puertas Tipo superior***

***(Expresada en soles)***

Producto	Medida	Cantidad	Unitario	Total
Madera tornillo (Aguano)	Pie cubico	70.00	4.20	294.00
Thiner Acrílico	Galón	0.67	15.00	10.05
Laca Paracas	Galón	0.50	70.00	35.00
Kola	Kilogramo	0.50	9.00	4.50
Lijar 40,60,120	Unidad	2.00	2.50	5.00
Huaype	Kilogramo	0.25	8.00	2.00
<b>Total</b>				<b>S/ 350.55</b>



Representa los materiales directos requeridos para la producción puertas del tipo estándar con medidas de 201cm por 90 cm Los materiales son requeridos en forma semanal en base a las órdenes de producción

**Tabla 3**

***Materia prima y materiales indirectos***

**Tipo Contra placada**

**(Expresada en soles)**

<b>Producto</b>	<b>Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>unitario</b>	<b>Total</b>
Madera tornillo (Aguano)	Pie cubico	10.00	4.20	42.00
Thiner Acrílico	Galón	0.67	15.00	9.98
Laca Paracas	Galón	0.38	30.00	11.25
Kola	Kilógramo	0.25	30.00	7.50
Lijar 40,60,120	Unidad	2.00	1.50	3.00
Huaype	Kilogramo	0.25	8.00	2.00
Triplay		0.50	50.00	25.00
				<b>S/100.73</b>

Representa los materiales directos requeridos para la producción puertas del tipo contra placada con medidas de 195 cm por 90 cm Los materiales son requeridos en forma semanal en base a las órdenes de producción.

**Tabla 4**

***Control por clientes***

**(Expresado en soles)**

**1 Cliente I**

	<b>cantidad</b>	<b>horas</b>	<b>materiales</b>	<b>Mano de obra</b>	<b>Materiales</b>	<b>Totales</b>
Puertas tipo standard	25	200.00	315.48	1,272.00	7,886.88	9,158.88
Puertas tipo superior	29	261.00	350.55	1,659.96	10,165.95	11,825.91
	<b>54</b>	<b>461.00</b>	<b>666.025</b>	<b>2,931.96</b>	<b>18,052.83</b>	<b>20,984.79</b>



2 Cliente II

	cantidad	horas	materiales	Mano de obra	Materiales	Totales
Puertas tipo standard	40	320.00	315.48	2,035.20	12,619.00	14,654.20
Puertas tipo superior	13	117.00	350.55	744.12	4,557.15	5,301.27
	<b>53</b>	<b>437.00</b>	<b>666.025</b>	<b>2,779.32</b>	<b>17,176.15</b>	<b>19,955.47</b>

3 Cliente III

	cantidad	horas	materiales	Mano de obra	Materiales	Totales
Puertas tipo standard	10	80.00	315.48	508.80	3,154.75	3,663.55
Puertas tipo superior	9	81.00	350.55	515.16	3,154.95	3,670.11
	<b>19</b>	<b>161.00</b>	<b>666.025</b>	<b>1,023.96</b>	<b>6,309.70</b>	<b>7,333.66</b>

4 Cliente IV

	cantidad	horas	materiales	Mano de obra	Materiales	Totales
Puertas tipo standard	48	384.00	315.48	2,442.24	15,142.80	17,585.04
Puertas tipo superior	14	126.00	350.55	801.36	4,907.70	5,709.06
	<b>62</b>	<b>510.00</b>	<b>666.025</b>	<b>3,243.60</b>	<b>20,050.50</b>	<b>23,294.10</b>

5 Cliente V

	cantidad	horas	materiales	Mano de obra	Materiales	Totales
Puertas tipo standard	5	40.00	315.48	254.40	1,577.38	1,831.78
Puertas tipo superior	2	18.00	350.55	114.48	701.10	815.58
	<b>7</b>	<b>58.00</b>	<b>666.025</b>	<b>368.88</b>	<b>2,278.48</b>	<b>2,647.36</b>

6 Cliente VI

	cantidad	horas	materiales	Mano de obra	Materiales	Totales
Puertas tipo standard	19	152.00	315.48	966.72	5,994.03	6,960.75
Puertas tipo superior	9	81.00	350.55	515.16	3,154.95	3,670.11
Contra placada	20	80.00	100.73	508.80	2,014.50	2,523.30
	<b>48</b>	<b>313.00</b>	<b>666.025</b>	<b>1,481.88</b>	<b>11,163.48</b>	<b>12,645.36</b>



7 Cliente VII

	cantidad	horas	materiales	Mano de obra	Materiales	Totales
Puertas tipo standard	31	248.00	315.48	1,577.28	9,779.73	11,357.01
Puertas tipo superior	8	72.00	350.55	457.92	2,804.40	3,262.32
	<b>39</b>	<b>320.00</b>	<b>666.025</b>	<b>2,035.20</b>	<b>12,584.13</b>	<b>14,619.33</b>

8 Cliente VIII

	cantidad	horas	materiales	Mano de obra	Materiales	Totales
Contra placada	53	212.00	100.73	1,348.32	5,338.43	6,686.75
	<b>53</b>	<b>212.00</b>	<b>100.73</b>	<b>1,348.32</b>	<b>5,338.43</b>	<b>6,686.75</b>

Representa los costos incurridos durante el periodo de investigación en la fabricación de muebles, costos establecidos basados en la orden de fabricación de cada cliente.

**Tabla 5**

***Resumen costo por órdenes de clientes***

*(Expresado en soles)*

	cantidad	horas	materiales	Mano de obra	Materiales	Totales
Standard	178	1,424.00	315.48	9,056.64	56,154.55	65,211.19
Superior	84	756.00	350.55	4,808.16	29,446.20	34,254.36
Contra placada	73	292.00	100.73	1,857.12	7,352.93	9,210.05
	<b>335</b>	<b>2,472.00</b>		<b>15,721.92</b>	<b>92,953.68</b>	<b>108,675.60</b>

Resumen de numero de puertas ordenadas a fabricar en el periodo de estudio a efecto de establecer los costos directos correspondientes a horas asignadas, mano de obra y materiales.



**Tabla 6**

*Ventas por clientes*

(expresada en soles)

**Ciente I**

	<b>cantidad</b>	<b>precio</b>	<b>Total</b>
Puertas tipo standard	25	600.00	15,000.00
Puertas tipo superior	29	650.00	18,850.00
	<b>54</b>	<b>1,250.00</b>	<b>33,850.00</b>

**Ciente II**

	<b>cantidad</b>	<b>horas</b>	<b>materiales</b>
Puertas tipo standard	40	600.00	24,000.00
Puertas tipo superior	13	650.00	8,450.00
	<b>53</b>	<b>1,250.00</b>	<b>32,450.00</b>

**Ciente III**

	<b>cantidad</b>	<b>horas</b>	<b>materiales</b>
Puertas tipo standard	10	600.00	6,000.00
Puertas tipo superior	9	650.00	5,850.00
	<b>19</b>	<b>1,250.00</b>	<b>11,850.00</b>

**Ciente IV**

	<b>cantidad</b>	<b>horas</b>	<b>materiales</b>
Puertas tipo standard	48	600.00	28,800.00
Puertas tipo superior	14	650.00	9,100.00
	<b>62</b>	<b>1,250.00</b>	<b>37,900.00</b>

**Ciente V**

	<b>cantidad</b>	<b>horas</b>	<b>materiales</b>
Puertas tipo standard	5	600.00	3,000.00
Puertas tipo superior	2	650.00	1,300.00
	<b>7</b>	<b>1,250.00</b>	<b>4,300.00</b>

**Ciente VI**

	<b>cantidad</b>	<b>horas</b>	<b>materiales</b>
Puertas tipo standard	19	600.00	11,400.00
Puertas tipo superior	9	650.00	5,850.00
Contra placada	20	225.00	4,500.00
	<b>48</b>	<b>1,475.00</b>	<b>21,750.00</b>



Cliente VII

	<b>cantidad</b>	<b>horas</b>	<b>materiales</b>
Puertas tipo standard	31	600.00	18,600.00
Puertas tipo superior	8	650.00	5,200.00
	<b>39</b>	<b>1,250.00</b>	<b>23,800.00</b>

Cliente VIII

	<b>cantidad</b>	<b>horas</b>	<b>materiales</b>
Contra placada	53	225.00	11,925.00
	<b>53</b>	<b>225.00</b>	<b>11,925.00</b>

Representa las adquisiciones efectuadas por nuestros clientes en el periodo de investigación estableciendo el tipo de puerta adquirido en cada orden efectuada.

**Tabla 7**

***Resumen de ventas por modelo de puerta***

***(Expresado en soles)***

	<b>cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>
Standard	178	600.00	106,800.00
Superior	84	650.00	54,600.00
Contra placada	73	225.00	16,425.00
	<b>335</b>		<b>177,825.00</b>

Resumen de ventas del periodo correspondientes a los tres modelos fabricados por la empresa estableciéndose los valores de venta sin IGV; se ha podido determinar que en el periodo de investigación se han fabricado en mayor cantidad las puertas de modelo standard, seguida de las de tipo superior.





**Tabla 8**  
*Costos indirectos de fabricación*  
(Expresado en soles)

Alquileres Planta/tienda	4,200.00
Sueldo Supervisor	2,500.00
Servicios	800.00
Publicidad	700.00
Depreciación	1,466.67
Edificios	23,500.00
Suministros diversos	800.00
<b>Total</b>	<b>33,966.67</b>

Corresponde a los costos incurridos indirectos del periodo de estudio, la distribución posterior se realiza en base a la suma de materiales y mano de obra directa en forma ponderada, la mayor parte corresponde a los activos que tiene la empresa.

**Tabla 9**  
*Distribución de Costos indirectos de fabricación-tradicional*  
(Expresado en soles)

Clientes	Mano de obra		Total	%	CIF	Total
	Materiales	obra				
Cliente I	18,052.83	2,931.96	20,984.79	19%	6,558.82	27,543.60
Cliente II	17,176.15	2,779.32	19,955.47	18%	6,237.10	26,192.57
Cliente III	6,309.70	1,023.96	7,333.66	7%	2,292.14	9,625.80
Cliente IV	20,050.50	3,243.60	23,294.10	21%	7,280.59	30,574.69
Cliente V	2,278.48	368.88	2,647.36	2%	827.43	3,474.79
Cliente VI	11,163.48	1,481.88	12,645.36	12%	3,952.32	16,597.67
Cliente VII.	12,584.13	2,035.20	14,619.33	13%	4,569.28	19,188.61
Cliente VIII	5,338.43	1,857.12	7,195.55	7%	2,248.97	9,444.52
	<b>92,953.68</b>	<b>15,721.92</b>	<b>108,675.60</b>	<b>100%</b>	<b>33,966.67</b>	<b>142,642.26</b>

Presenta la distribución de costos indirectos de fabricación basada en la suma de materiales y mano de obra estableciéndose que el mayor monto corresponde a los materiales del total del costo incurrido por dichos conceptos a partir de los cuales se asigna el CIF.



**NIVEL II.**

Determinación de costos y fijación de precios- bajo compras por clientes.

**Tabla 10**

*Relación de costos con actividades*

	Trazado/corte	Armado	Ensamblaje	Lijado	Laqueado	Acabado	Embalaje	Instalación
Planta/of.ventas	15%	15%	15%	15%	15%	15%	10%	
Sueldo Supervisor	12%	12%	12%	12%	12%	12%	12%	16%
Servicios	16%	16%	16%	16%	16%	16%	4%	
Publicidad	100%							
Depreciación	80%	20%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Suministros diversos	20%	5%	10%	20%	10%	20%		15%

Se relaciona las actividades con los costos indirectos de fabricación incurridos a partir de los cuales se realizara la distribución correspondiente; se han establecido ocho actividades sobre las cuales se asignara en función de su participación los correspondientes costos indirectos de fabricación.

**Tabla 11**

*Distribución por actividades de tiempos*

(expresado en soles)

Clientes	Trazado	armado	ensamblaje	lijado	laqueado	Acabado	Embalaje	Instalación
Cliente I	17.00%	26%	25%	36%	26%	20%	25%	30%
Cliente II	16.00%	13%	10%	11%	5%	10%	1%	0%
Cliente III	6.00%	10%	8%	9%	6%	4%	10%	10%
Cliente IV	22.00%	16%	16%	10%	4%	15%	18%	35%
Cliente V	2.00%	4%	5%	10%	7%	9%	1%	0%
Cliente VI	9.00%	6%	6%	3%	10%	6%	4%	0%
Cliente VII.	12.00%	15%	10%	13%	30%	24%	21%	0%
Cliente VIII	16.00%	10%	20%	8%	12%	12%	20%	25%
	<b>100.00%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Habiéndose establecido los generadores del coste se distribuyen los mismos en base a porcentajes relacionados distribuyéndose el total entre todas las actividades identificadas, considerando para tal fin a cada adquisición clasificada por comprador.



**Tabla 12**  
**Distribución por actividades de tiempos**

(expresado en soles)

Clientes	Trazado	armado	ensamblaje	lijado	laqueado	Acabado	Embalaje	Instalación	Total
Cliente I	3,721.53	1,583.75	284.50	438.48	295.88	243.60	188.00	156.00	6,911.73
Cliente II	3,502.61	791.87	113.80	133.98	56.90	121.80	7.52	-	4,728.49
Cliente III	1,313.48	609.13	91.04	109.62	68.28	48.72	75.20	52.00	2,367.47
Cliente IV	4,816.09	974.61	182.08	121.80	45.52	182.70	135.36	182.00	6,640.17
Cliente V	437.83	243.65	56.90	121.80	79.66	109.62	7.52	-	1,056.98
Cliente VI	1,970.22	365.48	68.28	36.54	113.80	73.08	30.08	-	2,657.48
Cliente VII.	2,626.96	913.70	113.80	158.34	341.40	292.32	157.92	-	4,604.44
Cliente VIII	3,502.61	609.13	227.60	97.44	136.56	146.16	150.40	130.00	4,999.91
	<b>21,891.33</b>	<b>6,091.33</b>	<b>1,138.00</b>	<b>1,218.00</b>	<b>1,138.00</b>	<b>1,218.00</b>	<b>752.00</b>	<b>520.00</b>	<b>33,966.67</b>

Distribución de costos indirectos de fabricación basada en horas hombre incurridas en las diversas actividades.

**Tabla13**  
**Determinación Costos-ABC**

Expresado en soles

Clientes	Materiales	Mano de obra	CIF	Total
Cliente I	18,052.83	2,931.96	6,911.73	27,896.52
Cliente II	17,176.15	2,779.32	4,728.49	24,683.96
Cliente III	6,309.70	1,023.96	2,367.47	9,701.13
Cliente IV	20,050.50	3,243.60	6,640.17	29,934.27
Cliente V	2,278.48	368.88	1,056.98	3,704.34
Cliente VI	11,163.48	1,481.88	2,657.48	15,302.84
Cliente VII.	12,584.13	2,035.20	4,604.44	19,223.77
Cliente VIII	5,338.43	1,857.12	4,999.91	12,195.45
	92,953.68	15,721.92	33,966.67	142,642.26

Determinación de costos por actividades acumulándose el costo de materiales y de mano de obra incurridos con la finalidad de establecer el costo total de fabricación.



**Tabla 14**

***Comparación tradicional – ABC***

*Expresado en soles*

	<b>Costos tradicional</b>	<b>Costos ABC</b>	<b>Variación</b>	<b>1-2</b>
Cliente I	27,543.60	27,896.52	-352.92	-1.28%
Cliente II	26,192.57	24,683.96	-1,508.62	-5.76%
Cliente III	9,625.80	9,701.13	75.33	0.78%
Cliente IV	30,574.69	29,934.27	-640.43	-2.09%
Cliente V	3,474.79	3,704.34	229.55	6.61%
Cliente VI	16,597.67	15,302.84	-1,294.84	-7.80%
Cliente VII.	19,188.61	19,223.77	35.16	0.18%
Cliente VIII	9,444.52	12,195.45	2,750.93	29.13%
	<b>142,642.26</b>	<b>142,642.26</b>	<b>-705.84</b>	<b>19.77%</b>

Comparación entre los costos totales de fabricación incurridos bajo la forma tradicional con el costeo basado en actividades.

**Tabla 15**

***Comparación tradicional -ventas***

*Expresado en soles*

	<b>Total costos</b>	<b>Ventas</b>	<b>Variación</b>	<b>%</b>
Cliente I	27,543.60	33,850.00	6,306.40	23%
Cliente II	26,192.57	32,450.00	6,257.43	24%
Cliente III	9,625.80	11,850.00	2,224.20	23%
Cliente IV	30,574.69	37,900.00	7,325.31	24%
Cliente V	3,474.79	4,300.00	825.21	24%
Cliente VI	16,597.67	21,750.00	5,152.33	31%
Cliente VII.	19,188.61	23,800.00	4,611.39	24%
Cliente VIII	9,444.52	11,925.00	2,480.48	26%
	<b>142,642.26</b>	<b>177,825.00</b>	<b>35,182.74</b>	<b>25%</b>

Comparación entre el costo total incurrido por cada cliente y el monto percibido por ventas por cada cliente; la variación constituye el beneficio obtenido; puede apreciarse que no se tiene un margen de utilidad definido, esto en razón a que la entidad no controla adecuadamente los costos incurridos y la fijación de precios.



**Tabla 16**

***Comparación ABC -ventas***

**Expresado en soles**

	Total costos	Ventas	Variación	%
Cliente I	27,896.52	33,850.00	5,953.48	21%
Cliente II	24,683.96	32,450.00	7,766.04	31%
Cliente III	9,701.13	11,850.00	2,148.87	22%
Cliente IV	29,934.27	37,900.00	7,965.73	27%
Cliente V	3,704.34	4,300.00	595.67	16%
Cliente VI	15,302.84	21,750.00	6,447.17	42%
Cliente VII.	19,223.77	23,800.00	4,576.24	24%
Cliente VIII	12,195.45	11,925.00	-270.45	-2%
	142,642.26	177,825.00	35,182.74	25%

Comparación entre el costo total incurrido aplicando la distribución de los CIF basado en actividades por cada cliente y el monto percibido por ventas por cada cliente; la variación constituye el beneficio obtenido; puede apreciarse que no se tiene un margen de utilidad definido, esto en razón a que la entidad no controla adecuadamente los costos incurridos y la fijación de precios.

**Tabla17**

***Determinación Ventas -basado ABC***

***Establecido en base a clientes.***

**Expresado en soles**

	<i>Total costos</i>	<i>Ventas</i>	<i>Variación</i>	
Cliente I	27,896.52	33,475.82	5,579.30	0.20
Cliente II	24,683.96	29,620.75	4,936.79	0.20
Cliente III	9,701.13	11,641.36	1,940.23	0.20
Cliente IV	29,934.27	35,921.12	5,986.85	0.20
Cliente V	3,704.34	4,445.20	740.87	0.20
Cliente VI	15,302.84	18,363.40	3,060.57	0.20
Cliente VII.	19,223.77	23,068.52	3,844.75	0.20
Cliente VIII	12,195.45	14,634.54	2,439.09	0.20
	142,642.26	171,170.71	28,528.45	0.20



Se presenta los costos finales de venta, que permite fijar los precios en base a una política de ventas consistente con un margen uniforme de utilidad equivalente al 20% sobre el costo de fabricación total; lo que permite un mejor posicionamiento en el mercado.

### NIVEL III

#### Determinación de costos y fijación de precios en base al producto

**Tabla 18**

*Distribución de tiempo por actividad*

*En horas*

Modelo	Trazado	armado	Ensamblaje	lijado	laqueado	Acabado	Embalaje	Instalación	total
Estándar	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	-	1.00	8.00
Superior	1.00	2.50	1.00	1.00	1.00	1.00	0.50	1.00	9.00
Contra placada	0.50	1.00	0.75	0.75	0.50	0.50	-	-	4.00

Representa el número de horas asignado por actividad por tipo de puerta, para tal fin se han establecido ocho actividades en total, de las cuales se determina que el tipo de puerta denominada estándar requiere d un total de ocho horas hombre para su fabricación, mientras que en el caso d la puerta modelo superior se incrementa a nueve horas hombre, asimismo para la fabricación de puertas contra placada se requiere un total de cuatro horas hombre, en el caso de los dos primeros modelos se ofrece alternativamente la posibilidad de instalación mientras que para el caso de puertas contra placada no se incluye este servicio.

**Tabla 19**

*Distribución de tiempo por producción total*

*Expresado en horas*

Modelo	Trazado	armado	Ensamblaje	lijado	laqueado	Acabado	Embalaje	Instalación	total
Estándar	178.00	356.00	178.00	178.00	178.00	178.00	-	178.00	1,424.00
Superior	84.00	210.00	84.00	84.00	84.00	84.00	42.00	84.00	756.00
Contra placada	36.50	73.00	54.75	54.75	36.50	36.50	-	-	292.00
	298.50	639.00	316.75	316.75	298.50	298.50	42.00	262.00	2,472.00



Para la investigación se ha establecido el número de puertas fabricadas por modelo representando la tabla la cantidad de puertas, así como el número de horas requerido para cada una de ellas durante el proceso productivo en análisis estimado por cada una de las ocho actividades; asimismo es importante señalar que se requieren un total de 2472 horas hombre par todo el proceso en evaluación equivalente a 178 puertas tipo estándar 84 del tipo superior y 73 de tipo contra placada.

**Tabla 20**

***Distribución de tiempo por producción total  
Expresado en porcentaje***

Modelo	Trazado	armado	ensamblaje	lijado	laqueado	Acabado	Embalaje	Instalación	total
Estándar	7%	14%	7%	7%	7%	7%	0%	7%	58%
Superior	3%	8%	3%	3%	3%	3%	2%	3%	31%
Contra placada	1%	3%	2%	2%	1%	1%	0%	0%	12%
	12%	26%	13%	13%	12%	12%	2%	11%	100%

Representa en términos porcentuales el tiempo dedicado a cada actividad por tipo de puerta durante el proceso de producción con la finalidad de establecer la participación en base a los inductores determinados.

**Tabla 21**

***Distribución e costos indirectos de fabricación por actividades  
(Expresado en soles)***

Modelo	Trazado	armado	Ensamblaje	lijado	laqueado	Acabado	Embalaje	Instalación	total
Estándar	2,445.82	4,891.64	2,445.82	2,445.82	2,445.82	2,445.82	-	2,445.82	19,566.56
Superior	1,154.21	2,885.52	1,154.21	1,154.21	1,154.21	1,154.21	577.10	1,154.21	10,387.87
Contra placada	501.53	1,003.06	752.30	752.30	501.53	501.53	-	-	4,012.24
	4,101.56	8,780.22	4,352.32	4,352.32	4,101.56	4,101.56	577.10	3,600.03	33,966.67

Se presenta la distribución de los costos indirectos de fabricación en base a actividades; distribución que permitirá conocer los costos totales.



**Tabla 22**

***Determinación Costos-ABC***

**Expresado en soles**

Clientes	Materiales	Mano de obra	CIF	Total
Estándar	64,164.55	9,056.64	19,566.56	92,787.75
Superior	32,974.20	4,808.16	10,387.87	48,170.23
Contra placada	7,352.93	1,857.12	4,012.24	13,222.29
	<b>104,491.68</b>	<b>15,721.92</b>	<b>33,966.67</b>	<b>154,180.27</b>

Se ha podido determinar los costes incurridos bajo el modelo ABC por tipo de puerta; siendo la de mayores costes incurridos la de tipo estándar, seguida de la del tipo superior y finalmente la puerta tipo contra placada.

**Tabla 23**

***Resumen costo por modelo de puerta-tradicional***

***(Expresado en soles)***

Modelo	Materiales	Mano de obra	Base CIF	%	CIF	Total
Estándar	64,164.55	9,056.64	73,221.19	61%	20,688.84	93,910.03
Superior	32,974.20	4,808.16	37,782.36	31%	10,675.50	48,457.86
Contra placada	7,352.93	1,857.12	9,210.05	8%	2,602.32	11,812.37
	<b>104,491.68</b>	<b>15,721.92</b>	<b>120,213.60</b>	<b>100%</b>	<b>33,966.67</b>	<b>154,180.26</b>

Con fines de comparación se presenta los costos totales incurridos bajo el modelo tradicional durante el proceso productivo estudiado.

**Tabla 24**

***Comparación costos tradicional-ABC por modelo de puerta***

***(Expresada en soles)***

Modelo	Tradicional	ABC-modelo	Variación	Var %
Estándar	93,910.03	92,787.75	1,122.28	0.73%
Superior	48,457.86	48,170.23	287.64	0.19%
Contra placada	11,812.37	13,222.29	-1,409.92	-0.91%
	<b>154,180.26</b>	<b>154,180.26</b>	<b>0.00</b>	





Al compararse el modelo tradicional con el modelo bajo actividades se ha podido establecer la variación porcentual en todos los casos.

**Tabla 25**  
**Costo Unitario ABC**  
**(expresado en soles)**

Clientes	Cantidad	Total	Unitario
Estándar	178.00	92,787.75	521.28
Superior	84.00	48,170.23	573.46
Contra placada	73.00	13,222.29	181.13
	<b>335.00</b>	<b>154,180.27</b>	

Los costos unitarios son presentados bajo el modelo por actividades.

**Tabla 26**  
**Fijación de precio- ABC por modelo de puerta**  
**(expresado en soles)**

Clientes	Costo ABC	Utilidad 25%	Precio
Estándar	521.28	130.32	651.60
Superior	573.46	143.36	716.82
Contra placada	181.13	45.28	226.41

Se establecen los precios de venta que debiera fijar la empresa basado en actividades y considerando una utilidad del 25% sobre el coste total, que constituye la ganancia esperada por el fabricante.

**Tabla 27**  
**Comparativa Fijación de precios tradicional-ABC por modelo**  
**(expresado en soles)**

Clientes	tradicional	ABC	Variación
Estándar	600.00	651.60	51.60
Superior	650.00	716.82	66.82
Contra placada	225.00	226.41	1.41



Bajo el modelo tradicional comparado con el modelo ABC se determina que existe una notoria diferencia al momento de fijar los precios, información requerida para tomar decisiones.



## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN

#### 5.1. Hallazgos importantes

La investigación desarrollada sobre la empresa la empresa del señor Juan Ayala Valdez, Distrito de Santa Ana, La Convención, período 2017 se ha podido establecer que la empresa se ha especializado en la fabricación de puertas teniendo tres modelos ofertados a los clientes de la zona; la importancia es el uso de madera de la zona y la mayor parte está constituida por productos en madera habiendo incursionado recién en el periodo en ejercicio en el uso y fabricación de puertas contra placadas que le permiten ofertar productos a precios más competitivos con el mercado de la zona.

En primera instancia se ha logrado establecer que realiza producción en base a órdenes confirmadas, no manteniendo stock para la venta directa. Asimismo la política de fijación de precios está basada en la competencia y no consideran los costos como base para su determinación razón por la cual existe una serie variación que genera que el margen de utilidad no sea adecuadamente establecido.

Respecto a los costos incurridos estos son estructurados de manera tradicional la asignación de los costos indirectos de fabricación son realizados basados en la suma de los incurridos en la mano de obra así como los materiales directos; atribución porcentual asignada.

Para la distribución de los costes indirectos aplicando el ABC costos basados en actividades se ha desarrollado un diccionario de actividades estableciéndose ocho actividades que nos han permitido desarrollar la aplicación para la empresa.



Se establece que bajo el sistema basado en actividades se logra una mejor distribución de costos; basado en el mismo se pueden establecer los precios de venta finales basado en porcentajes estimados como los esperados por el propietario; se logrará así evitar las distorsiones verificadas tales como la que en algunas ventas a clientes los márgenes de utilidad son porcentualmente distorsionados producto de no manejar de forma adecuada la fijación de precios.

Para esta actividad se convierte importante que la empresa asuma la decisión de fijar los precios de venta en base a información razonada de sus costos de fabricación adecuadamente distribuidos.

No se ha podido establecer los márgenes de merma en razón a que no se tiene información sobre la misma por lo que se asume el costo total como producto final.

La empresa debe de buscar mejorar su posicionamiento en el mercado considerando la posibilidad de mantener un inventario de productos fabricados disponibles para la venta y no esperar la producción una vez confirmada la compra por parte de los clientes.

La política de la entidad para fijar los precios finales de venta de sus productos está basada en los precios de la competencia, no considera ni evalúa para tal fin los costos incurridos en el proceso de fabricación.

La investigación ha permitido establecer la aplicación para la determinación de costos basado en actividades bajo el modelo sobre las ventas a clientes y sobre el modelo basado en el tipo de producto ofertado; Modelo tradicional-ABC por clientes; bajo estos modelos se puede comparar y determinar los márgenes de utilidad obtenido por cada cliente así se puede señalar que los márgenes no son consistentes entre los diferentes clientes existiendo notorias diferencias cuando se aplica el modelo basado en actividades

los resultados nos permiten afirmar que se presentan los siguientes hallazgos: Se presentan diferencias en la determinación de costos que oscilan entre el menos 7.80% hasta



el 29.13% entre los diferentes clientes (tabla 15); al comparar la utilidades brutas producto de las ventas, bajo el sistema tradicional se mantiene un porcentaje que oscila en el 25% (tabla 16) para la totalidad de clientes; mientras que en el caso del ABC por cliente se establece que existe una inadecuada fijación de precios; pues en algunos casos presenta utilidades brutas de hasta el 42% y en otros clientes se da una pérdida de hasta el 2% (tabla 17) . La investigación ha permitido establecer la aplicación para la determinación de costos basado en actividades bajo el modelo sobre tipo de puerta, que la asignación de costes presenta variaciones respecto a la forma tradicional aplicada por la empresa (tabla 25)

## 5.2. Comparación crítica con la literatura

**La tesis:** “Análisis de los problemas que genera la implementación del costeo ABC. Caso: Empresa BHA S.A.” Autor: Dayana Karina Vázquez Páez, Que llega a la conclusión: A lo largo del desarrollo de esta tesis se pudo demostrar que es posible realizar un costeo ABC para los objetos de costo “órdenes de servicio” y “cliente”; con este modelo se puede extender el costeo a todos los clientes y órdenes de servicio. Sin embargo, se pudo identificar también puntos importantes en los que la empresa BHA debe trabajar si desea implementar y mantener un sistema de costeo ABC bien elaborado que le sirva como apoyo para la toma de decisiones y que se mantenga a lo largo del tiempo. Estos puntos se explican brevemente a continuación. La principal dificultad con la que podemos encontrarnos al implementar un sistema de costeo ABC es la falta de información adecuada para que este sistema sea alimentado. Al momento BHA mantiene una contabilidad tradicional donde muy pocos rubros se encuentran identificados por objeto de costo, ya sea cliente u orden de servicio. Nuestra investigación coincide con el trabajo mencionado en relación a que las MYPES en el Perú de propiedad de emprendedores en la actividad tienen serias limitaciones de información contable, la empresa revisada no cuenta con información y no identifica las actividades en que incurre en el proceso de fabricación;



asimismo no considera importante la determinación de los costes incurridos de manera técnica que le permita tomar decisiones de manera razonable.

**La tesis.** COSTEO DE PRODUCTOS EN LA INDUSTRIA DEL MUEBLE MEDIANTE MÉTODO Según el trabajo desarrollado (Ramis, Neriz, & Cepeda, 2011) Dpto. Ingeniería Industrial, Facultad Ingeniería. Universidad del Bío-Bío. Concepción. Chile y el Departamento de Sistemas de Información y Auditoría, FACEA, U. de Chile. Santiago. Chile. Que concluye que el modelo resulta de particular interés y aplicación en la industria del mueble, por la gran diversidad de productos, procesos y equipos involucrados en la fabricación de muebles. El Sistema ABC utiliza un procedimiento de asignación, donde los recursos son primero asignados a las actividades y luego éstas son asignadas a los productos o objetos de costo; coincidimos que el modelo basado en actividades en el caso de la industria de puertas de madera en nuestra investigación ha permitido identificar hasta ocho actividades principales que establecen cost drivers para la distribución de los costes indirectos de fabricación logrando establecer condiciones adecuadas para la fijación de precios

**Según la tesis:** “Diseño de un sistema de costeo basado en actividades para mejorar la eficiencia de la empresa de fabricación calzado andino del Perú” Presentado por Lady Guissella Monteza Espinal, cuya conclusión: Aplicando la metodología ABC la empresa Calzado Andino del Perú, obtuvo costos más precisos y relevantes, y el solo utilizar un sistema de costos tradicionales que se basa en la asignación global de costos, genera costos erróneos como es el caso de la Empresa Calzado Andino del Perú lo cual trae como consecuencia de que haya una equivocada toma de decisiones futuras. De igual forma se confirma que el mantener el sistema tradicional conlleva a no determinar de manera adecuada los costos incurridos lo que si se ve favorablemente favorecido al efectuar el establecimiento de los mismos basado en las actividades; las cuales son factibles de ser implementadas.

**Tesis:** “El costeo ABC en el área de alimentos y bebidas y su participación en la fijación de precios y tarifas del Hotel Sueños del Inka Periodo 2014” presentado por Bach.



Sheyla Susan León Valverde y Bach. Diony Ortiz Jauregui, Resumen: La presente tesis presenta la propuesta de un procedimiento metodológico de aplicación del Sistema de Costos Basado en Actividades ABC en el área de alimentos y bebidas de una empresa hotelera “Sueños del Inka”, de la ciudad de Cusco, la misma que utiliza un sistema de costeo común donde distribuye los costos indirectos de fabricación directamente hacia los productos finales mediante una tasa predeterminada, siendo nuestro propósito proponer este sistema como un instrumento de gestión empresarial que considere cada una de las actividades para la determinación real de los costos incurridos en el área de estudio. Coincide en la necesidad de utilizar adecuadamente modelos de distribución de costeos indirectos de fabricación utilizando el modelo basado en actividades.

### **5.3. Implicancias Prácticas.**

El presente estudio tiene implicancia importante para la empresa en estudio más aun por sus características y por las condiciones en que se desarrolla por lo que para garantizar su crecimiento sostenible y posicionamiento en el mercado debe de implementar modelos de atribución de los costes indirectos de fabricación que le permitan una adecuada fijación de precios que tengan relación directa y cubran las expectativas de valor que tienen los inversionistas que retribuyen de manera adecuada su esfuerzo. Se hace importante que se tenga una mejor política de gestión de inventarios así como la de fijación de precios de venta final a sus clientes.



## CONCLUSIONES

**Primera.-** La empresa constituida por el señor Juan Ayala Valdez dedicada a la fabricación de puertas ubicada en el Distrito de Santa Ana, La Convención en el periodo 2017, presenta como característica principal el aplicar un modelo de costeo tradicional el mismo que no constituye una adecuada herramienta de gestión para la fijación de precios (tablas 8 y 9); la investigación permitió identificar las actividades que son base para asignar los costos en función a las que las consumen de manera real, logrando así contar con información adecuada sobre el costo de los productos; la forma en que viene fijando los precios de venta no considera los costos incurridos; la empresa trabaja fijando los mismos basado en los que se manejan en el mercado de la provincia en estudio; es decir fija sus precios basado en la competencia (tabla 7).

**Segunda.-** El costeo actual es realizado de manera tradicional asignándose de manera ponderada la distribución de los costos indirectos de fabricación basado en los incurridos en la mano de obra y materia prima o materiales directos, se determinó asimismo que la información contable no es llevada en forma correcta y ordenada; esta forma de establecer los costos no le permite información oportuna y adecuada por lo que la empresa fija los precios de sus productos basado en la competencia (tablas 8 y 9).

**Tercera.-** las características que presenta los costos basados en actividades por la fabricación de puertas en la empresa Juan Ayala Valdez, Distrito de Santa Ana, La Convención, período 2017, se da en que se lograron identificar ocho actividades (tabla 10) que han permitido establecer los cost drivers para la asignación de los costos (tabla 11); bajo esta forma de asignación se determina que la entidad controla adecuadamente y de manera informada la asignación de costos lo que le permite contar con información formulada de manera razonable en base a normas contables logrando contar con una herramienta para determinar los costos incurridos en la actividad.





**Cuarta.-** La fijación de precios en el mercado por parte de la empresa en el momento de estudio nos permitió conocer que son fijadas en base a las condiciones establecidas por el mercado, es decir en base a la competencia no considerando en la actualidad los costes incurridos por no contar con información contable que le permita fijarlos y mucho menos conocer la distribución de los costes indirectos de fabricación información que permitiría lograr los beneficios esperados y la sostenibilidad de la entidad, la misma que se logra con la aplicación del ABC(tabla 17).



## RECOMENDACIONES

**Primera.-** Se recomienda a la entidad que se tome la decisión de aplicar la distribución de los CIF bajo el modelo propuesto basado en ocho actividades lo que le permitirá establecer una política de ventas y fijación de precios basado en los costos incurridos adecuadamente distribuidos.

**Segundo.-** El sistema tradicional de costeo que viene utilizando no le ofrece garantía de una adecuada identificación y distribución de los mismos, por lo que la decisión de gestionar la entidad debe analizar la posibilidad de generar un stock mínimo de productos que le permita posicionarse en el mercado.

**Tercera** La implementación del modelo ABC propuesto es importantes para que la entidad cuente con posibilidades de mejorar su participación en el mercado así como fijar precios que permitan garantizar la sostenibilidad de la actividad; debiendo evaluar la mejora tecnológica para poder apalancar operativamente a la empresa y mejorar los niveles de producción.

**Cuarta.-** La fijación de precios debe ser realizada usando como herramienta de gestión la asignación por actividades, hecho que le permitirá lograr los beneficios esperados con márgenes de utilidad establecidos por la gerencia obviando la fijación de precios bajo el modelo de la competencia.



## Bibliografía

- Actualidad Empresarial. (2016). Actualidad empresarial. *Actualidad Empresarial*.
- Asesor Empresarial. (30 de 05 de 2018). *Diccionario Empresarial Asesor Empresarial*. Obtenido de Diccionario Empresarial Asesor Empresarial:  
<https://www.asesorempresarial.com/web/diccionario.php?let=P>
- Castillo, R. (28 de 11 de 2016). *Modulo de Contabilidad Gerencial para Sistemas*. Obtenido de Modulo de Contabilidad Gerencial para Sistemas:  
[https://issuu.com/reydavidcastillovega/docs/modulo\\_de\\_contabilidad\\_gerencial\\_si](https://issuu.com/reydavidcastillovega/docs/modulo_de_contabilidad_gerencial_si)
- Chambergó, I. (2012). El papel que desempeña la contabilidad de costos en la empresa. *Actualidad Empresarial*, Nº 255.
- Choy, E. E. (2012). El dilema de los costos en las empresas de servicios. *Quipukamayc UNMSM*, 12.
- Colin, J. G. (2008). *Contabilidad de Costos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Constitución Política del Perú*. (1993). Lima.
- Echeverría, C. (18 de 06 de 2018). <http://www.echeverriasalazar.com/>. Obtenido de [www.echeverriasalazar.com-noticia](http://www.echeverriasalazar.com-noticia)
- Enriquez, R. (06 de 09 de 2013). *Clasificación de los Costos*. Obtenido de Administración Moderna:  
<http://thesmadruga2.blogspot.com/2013/09/clasificacion-de-los-costos.html>
- García, D. (30 de 06 de 2018). *msq-estudio-contable.com*. Obtenido de msq-estudio-contable.com: [www.ehu.es/danielgarcia/docencia/diccionario.pdf](http://www.ehu.es/danielgarcia/docencia/diccionario.pdf)
- Guerrero, B. (2018). *Glosario de Terminos en la Contabilidad de Costos*. Obtenido de Glosario de Terminos en la Contabilidad de Costos:  
[http://www.Glosario\\_de\\_terminos\\_en\\_la\\_Contabilidad\\_de\\_Costos](http://www.Glosario_de_terminos_en_la_Contabilidad_de_Costos)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Horngrén, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2012). *Contabilidad de Costos*. Mexico: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de Marketing*. Mexico: Pearson Educación. Décima Edición.
- León, S. S., & Ortiz, D. (2017). *El costeo ABC en el área de alimentos y bebidas y su participación en la fijación de precios y tarifas del Hotel Sueños del Inka Periodo 2014*. Cusco: Universidad Andina del Cusco.
- Medina, P. (13 de 07 de 2018). *Aprenda en Línea Plataforma Académica para Pregrado y Posgrado*. Obtenido de Aprenda en Línea Plataforma Académica para Pregrado y Posgrado: <http://aprendeonline.udea.edu.co/lms/moodle/?redirect=0>
- Mejía, M. A. (2010). *Impacto tributario que genera la aplicación de procedimientos de verificación en las Pymes del Municipio Valera del Estado de Trujillo*. Merida.
- Monteza, L. G. (2015). *Diseño de un sistema de costeo basado en actividades para mejorar la eficiencia de la empresa de fabricación calzado andino del Perú*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.



- Ortega, R. I., & Morales, J. A. (2012). *Reforma Tributaria, Código Tributario, Impuesto a la Renta e IGV*. Lima: EBC Ediciones SAC.
- Ramis, F., Neriz, L., & Cepeda, C. (2011). *COSTEO DE PRODUCTOS EN LA INDUSTRIA DEL MUEBLE MEDIANTE MÉTODO ABC*. Obtenido de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-221X2001000100002](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-221X2001000100002)
- Rosa Diaz, I. M., Rondan C., F., & Castro, E. (2013). *Gestión de precios*. Madrid: ESIC.
- Sanchez, B. (2013). Implicancias del metodo de costeo ABC. *Kipukamayoc-Revista de la Facultad de Ciencias Contables*, 67.
- Santa Cruz Ramos, A., & Torres Carpio, M. (2008). *Tratado de Contabilidad de Costos*. Lima: Instituto Pacifico.
- Solis, L. (2014). *GESTION ESTRATEGICA BASADO EN UN MODELO DE COSTOS "ABC" EN LAS PYMES DEL SECTOR INDUSTRIAL DE CALZADOS DE HUANCAYO*. Huancayo: Universidad Nacional del Centro.
- SUNAT. (2015). *Guia Tributaria*. Lima: SUNAT.
- SUNAT. (2016). *SUNAT*. Obtenido de SUNAT: <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/nuevo-regimen-unico-simplificado-nuevo-rus>
- SUNAT. (2016). *SUNAT*. Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/ol-ti-itmoddatruc/RTA3RA.html>
- SUNAT*. (2017). Obtenido de SUNAT: <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario>
- Tarazona, I., & Veliz de Villa, S. S. (2013). *Cultura tributaria en la formalización de las Mypes, provincia de Pomabamba*. Ancash.
- Vazquez, D. K. (2010). *Análisis de los problemas que genera la implementación del costeo ABC. Caso: Empresa BHA S.A.* Quito: Universidad Andina Simon Bolivar.
- Wikipedia*. (2016). Obtenido de Wikipedia: [https://es.wikipedia.org/wiki/Distrito\\_de\\_San\\_Jer%C3%B3nimo\\_\(Cuzco\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Distrito_de_San_Jer%C3%B3nimo_(Cuzco))
- Wikipedia*. (2016). Obtenido de Wikipedia: <https://es.wikipedia.org/wiki/Ferreter%C3%ADa>
- Winkler, W. (1991). *Política de precio*. España: Deusto S.A.
- Zeballos, E. (2011). *Contabilidad General*. Arequipa.



## ANEXOS

### A. MATRIZ DE CONSISTENCIA

**"LOS COSTOS BASADOS EN ACTIVIDADES Y LA FIJACION DE PRECIOS POR LA FABRICACION DE PUERTAS EN LA EMPRESA JUAN AYALA VALDEZ, DISTRITO DE SANTA ANA, LA CONVENCION, PERIODO 2017"**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGIA
<p><b>Problema General.</b></p> <p>¿Qué características presenta los costos basados en actividades y la fijación de precios por la fabricación de puertas en la empresa Juan Ayala Valdez, Distrito de Santa Ana, La Convención, período 2017?</p> <p><b>Problemas Específicos.</b></p> <p>a. ¿Qué características presenta costeo actual por la fabricación de puertas en la empresa Juan Ayala Valdez, Distrito de Santa Ana, La Convención, período 2017?</p>	<p><b>Objetivo General.</b></p> <p>Describir las características que presenta los costos basados en actividades y la fijación de precios por la fabricación de puertas en la empresa Juan Ayala Valdez, Distrito de Santa Ana, La Convención, período 2017.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>a. Describir las características que presenta costeo actual por la fabricación de puertas en la empresa Juan Ayala Valdez, Distrito de Santa Ana, La Convención, período 2017.</p> <p>b. Describir las características que presenta</p>	<p>La investigación no tiene hipótesis por tratarse de una investigación de alcance descriptivo.</p>	<p><b>Variables.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costos Basados en Actividades.</li> <li>- Fijación de Precios.</li> </ul> <p><b>Dimensiones.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades</li> <li>- Costos</li> <li>- Costos de Producción.</li> <li>- Gastos de Operación</li> <li>- Margen de Utilidad</li> </ul> <p><b>Indicadores.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Corte</li> <li>- Placado</li> <li>- Acabado</li> <li>- Materia Prima</li> <li>- Mano de Obra Directa</li> </ul>	<p><b>Tipo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Básica</li> </ul> <p><b>Enfoque</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuantitativo</li> </ul> <p><b>Alcance</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Descriptivo</li> </ul> <p><b>Diseño</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No experimental</li> </ul> <p><b>Población y Muestra</b></p> <p>Estará conformada por toda la documentación relacionada a los Costos en la empresa Juan Ayala Valdez.</p> <p><b>Muestra</b></p> <p>Se aplicará a toda la documentación relacionada a los Costos en la Empresa</p>



<p>b. ¿Qué características presenta los costos basados en actividades por la fabricación de puertas en la empresa Juan Ayala Valdez, Distrito de Santa Ana, La Convención, período 2017?</p> <p>c. ¿Qué características presenta la fijación de precios por la fabricación de puertas en la empresa Juan Ayala Valdez, Distrito de Santa Ana, La Convención, período 2017?</p>	<p>los costos basados en actividades por la fabricación de puertas en la empresa Juan Ayala Valdez, Distrito de Santa Ana, La Convención, período 2017.</p> <p>c. Describir las características que presenta la fijación de precios por la fabricación de puertas en la empresa Juan Ayala Valdez, Distrito de Santa Ana, La Convención, período 2017.</p>		<ul style="list-style-type: none"><li>- Costos Indirectos de Fabricación</li><li>- Costeo ABC</li><li>- Gastos de Administración</li><li>- Gastos de Ventas</li><li>- Utilidad Estimada en %</li></ul>	<p>Juan Valdez. El muestreo será intencional por conveniencia del investigador.</p> <p><b>Técnicas de Recolección de Datos</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Análisis documental.</li></ul> <p><b>Instrumentos</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Guía de Análisis Documental.</li></ul> <p><b>Procesamiento y Análisis de Datos</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Programa Excel</li></ul>
--	--	--	--	--



## B. MATRIZ DE INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE DATOS

**TEMA: "LOS COSTOS BASADOS EN ACTIVIDADES Y LA FIJACION DE PRECIOS POR LA FABRICACION DE PUERTAS EN LA EMPRESA JUAN AYALA VALDEZ, DISTRITO DE SANTA ANA, LA CONVENCION, PERIODO 2017"**

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS O REACTIVOS
Costos Basados en Actividades	Actividades	Corte  Placado  Acabado	¿Cómo es el Procedimiento en la Actividad de Corte?  ¿Cómo es el Procedimiento en la Actividad de Placado?  ¿Cómo es el Procedimiento en la Actividad de Acabado?
	Costos	Materia Prima  Mano de Obra Directa  Costos indirectos de Fabricación	¿Cuál es el Costo de la Materia Prima en la Actividad de Corte?  ¿Cuál es el Costo de la Mano de Obra Directa en la Actividad de Corte?  ¿Cuál es el Costo de los CIF en la Actividad de Corte?  ¿Cuál es el Costo de la Materia Prima en la Actividad de Placado?  ¿Cuál es el Costo de la Mano de Obra Directa en la Actividad de Placado?  ¿Cuál es el Costo de los CIF en la Actividad de Placado?  ¿Cuál es el Costo de la Materia Prima en la Actividad de Acabado?  ¿Cuál es el Costo de la Mano de Obra Directa en la Actividad de Acabado?  ¿Cuál es el Costo de los CIF en la Actividad de Acabado?
Fijación de Precios	Costo de Producción	Costeo ABC	¿Cuál es el Costo de Producción aplicado el Costeo ABC?
	Gastos de Operación	Gastos de Administración  Gastos de Ventas	¿Cuál es el importe de los Gastos de Administración?  ¿Cuál es el Importe de los Gastos de Ventas?
	Margen de utilidad	Utilidad estimada en %	¿Cuál es la Utilidad estimada en %?



## F. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

**TEMA: LOS COSTOS BASADOS EN ACTIVIDADES Y LA FIJACION DE PRECIOS POR LA FABRICACION DE PUERTAS EN LA EMPRESA JUAN AYALA VALDEZ, DISTRITO DE SANTA ANA, LA CONVENCION, PERIODO 2017.**

### FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL

#### Datos Generales.

- 1.- Razón Social:
- 2.- N° de RUC:
- 3.- Tiempo de Funcionamiento:

#### Información con relación a los objetivos de la investigación.

- 4.- ¿Cómo es el Procedimiento en la Actividad de Corte?
- 5.- ¿Cómo es el Procedimiento en la Actividad de Placado?
- 6.- ¿Cómo es el Procedimiento en la Actividad de Acabado?
- 7.- ¿Cuál es el Costo de la Materia Prima en la Actividad de Corte?
- 8.- ¿Cuál es el Costo de la Mano de Obra Directa en la Actividad de Corte?
- 9.- ¿Cuál es el Costo de los CIF en la Actividad de Corte?
- 10.- ¿Cuál es el Costo de la Materia Prima en la Actividad de Placado?
- 11.- ¿Cuál es el Costo de la Mano de Obra Directa en la Actividad de Placado?
- 12.- ¿Cuál es el Costo de los CIF en la Actividad de Placado?
- 13.- ¿Cuál es el Costo de la Materia Prima en la Actividad de Acabado?
- 14.- ¿Cuál es el Costo de la Mano de Obra Directa en la Actividad de Acabado?
- 15.- ¿Cuál es el Costo de los CIF en la Actividad de Acabado?
- 16.- ¿Cuál es el Costo de Producción aplicado el Costeo ABC?
- 17.- ¿Cuál es el importe de los Gastos de Administración?
- 18.- ¿Cuál es el Importe de los Gastos de Ventas?
- 19.- ¿Cuál es la Utilidad estimada en %?.