



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y
FINANZAS

“DISEÑO DE UN SISTEMA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA
LA EMPRESA ECOLAB PERÚ HOLDINGS S.R.L, UBICADA EN
MIRAFLORES, LIMA “

Trabajo de investigación para optar el Grado Académico de
Bachiller en Contabilidad y Finanzas

Presentado por:

Fiorella Margarita Camposano Mejía (0000-0002-9071-1791)

Lima – Perú

2020

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ANEXO 6
ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR JURADO

Fecha: 14/04/2021

El Jurado del trabajo de investigación de Bachiller:

Mg. Luis Francisco Guanipa Ramírez

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

DISEÑO DE UN SISTEMA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA LA EMPRESA ECOLAB PERÚ HOLDINGS S.R.L, UBICADA EN MIRAFLORES, LIMA

Presentada por los estudiantes:


CÓDIGO	ALUMNO
100030871	Camposano Mejía, Fiorella Margarita

Para optar al grado de Bachiller en: Contabilidad y Finanzas en la carrera de Contabilidad y Finanzas, de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACION	
		Aprobado (17)	Desaprobado ()
100030871	Camposano Mejía, Fiorella Margarita	Aprobado (17)	Desaprobado ()

El jurado firma en señal de conformidad.


Mg. Luis Francisco Guanipa Ramírez

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	3
INDICE DE TABLAS	4
INTRODUCCIÓN	5
CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA	6
1.1. Análisis de la empresa	6
1.2. Plan estratégico de la empresa.....	6
CAPITULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
2.1. Realidad problemática	10
2.2. Objetivos	11
2.3. Antecedentes.....	11
CAPITULO III: MARCO TEORICO	15
3.1. Sistema de Costos.....	15
3.2. Contabilidad de Costos	18
3.3. Economía y Marketing	19
3.4. Determinación del precio	21
CAPITULO IV: METODOLOGÍA	24
4.1. Población	24
4.2. Técnicas e instrumentos.....	25
4.3. Controles Patrimoniales.....	26
CAPITULO V: SISTEMA DE COSTOS	27
5.1. Implementación del Sistema de Costos.....	27
5.2. Hoja de Costos	29
5.3. Comparación de los costos por producto al aplicar el sistema	29
5.4. Determinación del Precio	30
5.5. Estado de Resultados.....	31
5.6. Asientos contables.....	32
CONCLUSIONES	33
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	35

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Aporte de los socios.....	26
Tabla 2. Elementos del Costo.	27
Tabla 3. Costos Totales (año 2019)	29
Tabla 4. Hoja de Costos resumen por producto (por día).....	29
Tabla 5. Comparación de costos por producto al aplicar el sistema de costos (por día).....	30
Tabla 6. Determinación de Precio Venta Masiva y comparación al aplicar el sistema.....	30
Tabla 7. Estado de Resultados de la Empresa.....	31
Tabla 8. Asientos contables registrados en el libro diario por concepto de compras, ventas y producción.	32

INTRODUCCIÓN

En este estudio investigativo, se desarrolla la propuesta de un sistema de costos de producción para la empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L, ubicada en Miraflores, Lima para el año 2019. Esto, con la finalidad primordial de optimizar los costos de la empresa, para que pueda obtener y sostener la máxima rentabilidad sin descensos en su calidad o fallas en sus procedimientos. Esto a su vez genera un mejor control de todos los procesos y costos de la empresa y así la directiva pueda tener la información veraz que le permita decidir con respecto a las finanzas de la empresa, su disposición en el tiempo y en los mercados finales.

En este orden de ideas, la investigación está presentada en capítulos, donde en el primero de ellos se analiza brevemente la empresa en estudio, su plan estratégico que incluye misión, visión, objetivos, estrategias de negocios, y sus fuentes estratégicas de ventajas competitivas. En el segundo capítulo, se realiza la formulación del problema en estudio, describiendo su realidad y resumiendo investigaciones previas que sirven de antecedentes y le dan factibilidad. En el tercer capítulo, se detalla el marco teórico, que le da validez y soporte documental a la investigación a través de teorías, conceptos y otras bases.

En el cuarto capítulo, que incluye la metodología, se detalla la población en estudio, y las técnicas e instrumentos que recaban la información que permitan obtener resultados que prueben la necesidad de implementar la propuesta planteada, de un sistema de costos de producción para la empresa en análisis. En el quinto capítulo, se detalla la aplicación del sistema de costo como tal, adicionando la hoja de costos de productos de higiene, identificando y detallando el proceso de producción de cada uno de estos ítems, y comparando estos costos por producto al aplicar el sistema de costos propuesto, determinando un precio para cada uno de los productos, y la obtención de un resultado factible para la organización. Finalmente, se establecen los asientos contables de la operación realizada a partir de la puesta en práctica del sistema de costos propuesto.

CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA

1.1. Análisis de la empresa

La empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L., se dedica principalmente a la elaboración de jabones y detergentes, así como otros preparados para limpieza y pulitura de superficies, perfumes y desinfectantes, y otros productos similares de higiene. Además, se dedica a los servicios de limpieza de edificios e instalaciones industriales. La empresa se encuentra presente en más de 170 países a nivel mundial, incluyendo el territorio peruano.

Estudiando específicamente de la empresa en Perú, se evidencia que la compañía no posee un sistema de costos de producción adaptado a las necesidades productivas y otros requerimientos contables y financieros, por lo que la fabricación se realiza sin realizar las mediciones que se requieren para optimizar los recursos de producción y aumentar la rentabilidad financiera de la empresa. Así pues, nace la necesidad de desarrollar una propuesta de un sistema de costos, que represente una alternativa y una herramienta importante para las mejoras en la productividad y el logro de los objetivos productivos de la organización.

1.2. Plan estratégico de la empresa

1.2.1. Misión:

Comprometidos con la calidad, seguridad, salud ocupacional y medio ambiente. Basándose en sus principios corporativos, busca que todos sus asociados internalicen y comprendan el compromiso de la excelencia.

1.2.2. Visión:

Ser líderes nacionales en tecnologías y servicios de agua, higiene y energía, para garantizar y proteger los bienes más vitales: agua limpia, alimentos seguros, energía abundante y entornos saludables.

1.2.3. Objetivos estratégicos.

Los objetivos estratégicos que se toman en cuenta los que llevan a la empresa a convertirse en una organización líder en materia de productos de higiene y limpieza dentro del territorio peruano. De acuerdo a lo anterior, se consideran los siguientes objetivos estratégicos:

- Destacar como una empresa capacitada para mantener la seguridad alimentaria y evitar la propagación de infecciones en el Perú, protegiendo los recursos vitales del país.
- Mantener y fomentar la preservación del medio ambiente, velar por la salud de la población aledaña a través de alternativas creativas, novedosas y que se adapten al entorno.
- Posicionarse en el mercado peruano como líder productor de productos de limpieza e higiene, aumentando su rentabilidad con resultados positivos.

1.2.4. Estrategias del negocio.

Para Galán (2020), “Se conoce como estrategia de negocio a la planificación por parte de una empresa de cara a la consecución de objetivos previamente establecidos”. (p. 1). En este sentido, se requiere la implementación de ciertas estrategias que permitan el logro de los objetivos operativos de la empresa, entre las cuales se pueden destacar:

- Disminuir los costos de producción. Para poder ofrecer bajos precios a los clientes finales, la empresa debe evaluar disminuir sus costos, tomando en cuenta que la calidad de los productos no puede mermar.
- Liderizar el mercado. Al tratarse de productos que representan vital importancia para los consumidores, estos necesitan sentirse seguros al utilizar

el producto, por lo que la empresa debe desarrollar estrategias que permitan mantener alto el nivel de confiabilidad y se haga necesario por encima de los competidores.

- Incluir valores agregados. Los clientes deben mantenerse y para ello, a parte de un buen producto, se deben incluir beneficios que le den valor adicional y que lo coloquen en una posición ventajosa sobre los clientes, por encima de la competencia. En el caso del tipo de productos que hace la empresa, el valor agregado más importante es la preservación del medio ambiente y la protección del planeta.
- Fomentar alianzas estratégicas. Unir esfuerzos siempre es una herramienta estratégica por excelencia. En el caso de la empresa en estudio, las alianzas con otras organizaciones pro-ambientalistas, de servicios de limpieza, entre otras, pueden representar un beneficio para la empresa, tanto al compartir recursos, como en promover buenas acciones a nivel de concientización.

1.2.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva.

Según Espinoza (2017), “Una empresa posee una ventaja competitiva cuando tiene una ventaja única y sostenible respecto a sus competidores, y dicha ventaja le permite obtener mejores resultados y, por tanto, tener una posición competitiva superior en el mercado”. (p. 1). De acuerdo a esto, las claves son las siguientes:

- Nuevas tecnologías: utilizar tecnología de vanguardia permite que los productos se elaboren siempre de la forma más novedosa y brindar a los clientes la mejor calidad y rendimiento de sus productos. Por esta razón, la empresa debe implementar en la medida de lo posible tecnología actualizada y procedimientos que le permitan satisfacer las necesidades del mercado.
- Necesidades de los compradores: Los consumidores con frecuencia cambian sus necesidades de acuerdo a sus actividades o entorno, por lo que es necesario estar siempre pendiente de conocer cuáles son estas necesidades o requerimientos, con el fin de poder satisfacerlos y cubrir las demandas.

- Buen uso de los insumos: Es necesario que la empresa se mantenga en constante búsqueda de opciones que le permitan aminorar los costos y darles el mejor uso a los insumos de fabricación.
- Preservación del medio ambiente: La empresa debe proveer siempre de productos que preserven el medio ambiente y cuiden el planeta, ya que su rubro es el de limpieza, y muchas veces este tema se relaciona con el arrojado de desperdicios a la naturaleza, el daño a los recursos, por lo que se debe dejar en claro que la empresa está totalmente dispuesta a elaborar productos que no atenten contra el ecosistema.

CAPITULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El problema de una investigación es una situación observada directamente de la realidad. Así pues, la formulación del problema, en palabras de Hernández (2014), indica que “Es una parte fundamental del proceso de investigación pues determina y encausa todas las acciones que se seguirán posteriormente”. (p. 5).

2.1. Realidad problemática

La empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L., fabrica productos de limpieza e higiene de alta calidad, a partir de materia prima superior, tecnologías adecuadas, sin embargo, no posee un sistema de costos de producción adecuado a sus necesidades, que le permita optimizar dichos insumos, y mejorar el rendimiento de sus procesos productivos. De esta forma, la empresa podrá no solamente mantener la calidad de sus productos finales, sino que además podrá aumentar los niveles de productividad y rendimiento financiero a partir de un mejor control y opciones más rentables en cuanto a costos de materia prima y procesamiento de estas.

El sistema de costos de producción que utiliza no le brinda a la empresa las herramientas que realmente necesita, para mantener bajo control y además optimizar sus recursos. De allí parte la necesidad de realizar una propuesta de un sistema de costos de producción para Ecolab Perú Holdings S.R.L. donde se definan los requerimientos operativos de producción, y las soluciones para poder aumentar los niveles de rendimiento de dichos procesos.

En la actualidad, las empresas de cualquier rubro necesitan imperativamente mantener un sistema de costos de producción, esto les permite mantener un buen control de lo que cuesta elaborar sus productos, y de esta forma poder tomar decisiones que ayuden a mantener y aumentar su rentabilidad, confiabilidad y posición en el mercado, y aceptación de sus clientes finales. De acuerdo a lo

anterior, y específicamente en relación a la empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L., es necesario conocer ¿Es adecuado el sistema de costos que se aplica actualmente en la empresa? ¿Cuál es la importancia de determinar correctamente los costos de la empresa? ¿Cómo es el sistema de costos de producción adecuado para la empresa?

2.2. Objetivos

2.2.1. *Objetivo General.*

Diseñar un sistema de costos de producción para la empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L, ubicada en Miraflores – Lima.

2.2.2. *Objetivos Específicos.*

- Describir el procedimiento de control de costos de producción actual de la empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L, ubicada en Miraflores – Lima.
- Establecer los elementos que inciden en los costos de producción de la empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L, ubicada en Miraflores – Lima.
- Analizar la rentabilidad que presenta la empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L, ubicada en Miraflores – Lima.

2.3. Antecedentes

2.3.1. *Nacionales.*

En primer lugar, Goñaz y Zevallos (2018), en su investigación titulada “Determinación de un sistema de costos por procesos para mejorar la rentabilidad en la empresa Panadería Oriental S.R.L., de la ciudad de Iquitos, 2016”, presentada en la Universidad Científica del Perú, tuvo como objetivo principal objetivo determinar un sistema de costos, así como sus factores incidentes en la rentabilidad, y por ende, los beneficios sobre la gestión empresarial. Se enmarcó en una metodología de tipo causal, aplicando entrevistas a la directiva y jefes, y observando directamente la realidad. Se obtuvieron como conclusiones principales que la empresa podrá mejorar su gestión al establecer un sistema de

costos por procesos, al observar que la organización no sostiene ninguna política actualmente al respecto de controles internos y gestión eficiente de sus recursos.

Por su parte Bendezú y Torres (2018), en su estudio de título “Los costos de producción y su impacto en la competitividad empresarial del sector joyería del departamento de Lima”, presentado en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Tuvo como objeto principal que los costos de producción no están siendo considerados como una herramienta de gestión y como estos pueden generar una ventaja competitiva que les permita diferenciarse a las empresas del sector joyería en toda su magnitud. Se enmarca en una metodología de tipo correlacional y explicativa, de enfoque mixto. Se concluye que el elemento más complejo e importante de asignar a los productos son los costos indirectos de fabricación. Además, una mejor estructuración de los costos, le permitirán a la empresa reflejar razonablemente el consumo de sus recursos de sus principales líneas de negocio. Se recomienda entre otras cosas, una adecuada política interna, estructura organizativa y la reducción estratégica del costo permitirán que la empresa logre una ventaja competitividad con respecto al sector.

En otro orden de ideas, Chino (2018), en su investigación de título “Costos de producción y la fijación de precios de los productos de cerámica en arcilla en la Asociación de Artesanos Virgen del Carmen Pucará-2017”, presentada en la Universidad Andina de Cusco, definiendo su objetivo general determinar los costos de producción y la fijación de precios, en la asociación de artesanos Virgen del Carmen Pucará 2017. Se enmarca en una metodología aplicada, de enfoque cuantitativo, alcance descriptivo, obteniendo como resultado que la empresa no tiene una buena gestión de sus costos de producción, estableciéndolos mediante procedimientos demasiado básicos, de manera que no se les da el valor necesario a los insumos de producción, y por ende, los precios de venta no se pueden optimizar para lograr mayor productividad en los mercados finales. Se recomienda la aplicación de un sistema de costos de producción que permita una fijación de precios más eficiente en la organización.

2.3.2. Internacionales.

En primera instancia la investigación de García y Martínez (2018), titulada “Diseño de un modelo de costos de producción para microempresa de Arepas KEPAS”, presentada en la Pontificia Universidad Javeriana, Colombia, cuyo objetivo fundamental es el diseño de un sistema estructural de costos que permita realizar de forma más fácil la toma de decisiones, así como el control de sus recursos de una microempresa dedicada a elaboración y venta de arepas. Su metodología estuvo basada en un método deductivo de tipo analítico, aplicando como técnicas de recolección de datos la observación y la entrevista. Posterior a la aplicación de estas técnicas, se obtuvo como conclusión, que los sistemas de costo con mayor nivel de adaptación al entorno empresarial fue el sistema de costos por órdenes, ya que esta empresa elabora sus productos a través de pedidos previos de sus clientes.

Por otra parte, Martínez (2016), en su investigación titulada “Diseño de un sistema de costos ABC para la empresa Rapifritos MAC”, presentada en la Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga Colombia, tiene como objetivo principal diseñar un sistema de costos por actividades ABC para el proceso productivo de la empresa Rapifritos MAC, y de esta forma definir el costo real que tiene la producción de las distintas mercaderías producidas, y que esto a su vez permita la toma oportuna y efectiva de las decisiones por parte de la directiva. Por consiguiente, lo primero que se realizó fue un diagnóstico del área contable y específicamente del área productiva de la empresa. Además, se seleccionaron las líneas productivas más relevantes, donde se evaluaron distintos indicadores, y posterior a esto un reconocimiento del proceso productivo. Con todo lo anterior, se procedió al diseño de un sistema de costos adaptado a las necesidades del departamento productivo. Una vez diseñado, se implementa a través de la distribución de costos de la mano de obra en estudio de tiempos y costos indirectos de fabricación basado en los inductores.

Finalmente, Mendoza (2018), en su trabajo titulado “Costos de producción y su incidencia en la comercialización de pescado en la empresa industrial Pesquera del Pacifico S.A.” presentado en la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Ecuador. Tuvo como objetivo fundamental diseñar un sistema de costos por procesos para poder asignar correctamente la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, para beneficiar a la empresa en cuanto al control. Se enmarcó en una modalidad caracterizada por visitas de campo programadas por la empresa, a través de observaciones directas que permiten recabar la información necesaria para analizar los procesos. Se obtuvo como conclusión que la empresa no posee un sistema de costos adaptado a sus necesidades que permita realizar los procesos de análisis necesarios y la toma de decisiones asertivas. Esto se considera una debilidad contable, por lo tanto, es recomendable implementar el sistema de costos planteado.

CAPITULO III: MARCO TEORICO

3.1. Sistema de Costos

Un sistema de costos por lotes o por órdenes de fabricación, sirve para identificar y separar los productos por conjuntos o lotes, desde el momento en el que se concibe su elaboración. (Ramírez, 2010). A través de él, se analizan e informan las cifras inherentes y los costos arrojados en las actividades de fabricación. Además, determina mecanismos de gestión en la transformación de los productos y en sus costos correspondientes, con la finalidad de optimizar el uso de los recursos que se requieren en la producción.

Está basado en la diversificación productiva, la separación individual de cada uno de los lotes y los productos que lo conforman, dejando por sentado que cada uno de ellos es un objeto de costeo y necesita su propio control.

3.1.1. Características del Sistema de Costos.

Entre las características del sistema de costos, se distinguen las siguientes:

- Los lotes se refieren a los objetos de producción, por ende, se trabajan de forma específica e individual, por separado de cualquier otro.
- Los costos de producción se originan, se combinan y se les asignan lotes, cuando esto sea el objetivo del conteo.
- Los lotes se diferencian unos de otros de forma definitiva, por lo que cuando una empresa maneja un sistema de costos por lotes, se obtiene una producción diversificada.
- Cuando se necesita registrar y controlar los recursos que se implementan en la producción y los costos inherentes a la fabricación de cada uno de los lotes, se prefiere preparar un formato que se denomina “Orden de fabricación”, u “orden de producción”.
- Los costos unitarios son calculados de acuerdo al lote en el que se encuentren, es decir de acuerdo a la función para la que se ha designado. Por lo tanto, los costos de un producto podrían variar de un lote a otro.

- Estos costos unitarios pueden observarse cuando se finaliza la elaboración del lote correspondiente.

3.1.2. Elementos del Costo.

Los costos tienen determinados factores fundamentales, que se conocen como elementos del costo y se conforman por: Materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos. (Ramírez, 2010). A través de cada uno de ellos se estudia y trabaja de forma individual, para los efectos de diseño, implantación y operación del sistema.

Materiales Directos:

Son todas aquellas que se usan y se identifican de forma exacta para formar un lote, un pedido u orden de fabricación, y dentro de este sistema se le da el nombre de materiales directos. Se debe tomar en consideración que aquellos materiales que se consumen en un lote determinado, en efectos de costeo deben clasificarse y registrarse en un lote determinado de productos, y por ende se toma como material directo, y para el resto de los casos se debe tomar en cuenta como material indirecto, o lo que es igual, un concepto de costo indirecto. (Ramírez, 2010).

En otras palabras, son los costos de materiales que son utilizados para la elaboración del producto final, y que son identificables a nivel de costos. Esto incluye los costos de adquisición de la materia prima y otros componentes de empaque, y de igual forma los costos que son necesarios para transportar la materia prima hasta el lugar de la producción, incluyendo fletes, derechos de aduanas, impuestos sobre ventas, entre otros.

Mano de Obra Directa:

La mano de obra directa corresponde al capital humano destinado al proceso de fabricación de un producto. Es decir, operarios productivos mientras se encuentren trabajando bajo lotes u órdenes de fabricación determinados, lo que significa para una producción determinada.

Cuando la mano de obra no se atañe a ningún lote específico o se asocia con otro lote que no es el que se le adjudicó de forma inicial, así como los servicios complementarios de aseo y mantenimiento, servicios generales, entre otros que no están vinculados al lote de producción, se considera mano de obra indirecta. (Ramírez, 2020).

Las empresas, de forma general, incurren en gastos obligatorios para poder cubrir sus actividades operativas, entre ellas se incluye el pago de salarios a los empleados. Cuando se trabaja la contabilidad de costos, la mano de obra que se destina a la producción se denomina mano de obra directa. Si se trata de una empresa manufacturera, la mano de obra directa está constituida por el personal que participa de forma directa en el proceso productivo de los bienes. En el caso de que la empresa sea prestadora de servicios, la mano de obra directa está conformada por los trabajadores que sirven directamente a los clientes, los que realizan el servicio.

Costos Indirectos de Fabricación:

Existe otro tipo de costos que no se consideran directos en el proceso productivo. Sin embargo, son igualmente necesarios para que la producción pueda llevarse a cabo. Los conceptos por costos indirectos son variados, como por ejemplo la energía eléctrica, alquileres, vigilancias, impuestos, entre otros. Todos ellos son necesarios, pero no están directamente vinculados con la fabricación del producto. Lo mismo sucede con la maquinaria y equipos, depreciaciones, mantenimiento. Otros guardan relación con funciones productivas o de objeto social, como es el caso de las amortizaciones.

Estos costos se registran y se combinan según su causación, y posterior a esto, se distribuyen a través de prorrateos o asignaciones, a los determinados productos elaborados. Se justifica la distribución de los costos indirectos de acuerdo a los conceptos de costos, condiciones de fabricación y características de la producción, así como la responsabilidad del personal contable de asignar costos de forma razonable, objetiva y fiable, a los productos fabricados, para que estos reciban el tratamiento contable adecuado y se les proporcione un valor justo en el mercado final.

El resultado de sumar los costos de mano de obra directa y costos indirectos de fabricación se denomina costos de conversión, y estos son los que se necesitan para transformar los materiales directos en un producto final.

3.2. Contabilidad de Costos

Se entiende por contabilidad de costos, aquella que proporciona información real y concisa de la totalidad de costos y gastos en los que incurre la empresa para producir sus bienes. Poder establecer un costo de determinado producto, permite un control más preciso sobre la producción, la comercialización, la administración y el financiamiento de dicho producto. (Raffino, 2020).

Cuando se tiene un preciso control de los costos de producción, se puede controlar de mejor forma las operaciones de la empresa. Además, la contabilidad de costos brinda a la organización la información que requiere para la toma de decisiones acertadas y precisas, basada en datos concretos y reales.

Por otro lado, la información sirve para el desarrollo de nuevos proyectos, así como la evaluación de actividades que se realizan en la empresa. No solo en el momento en que se realiza la fabricación, sino además en el momento en el que se comercializa, en los procesos administrativos, etc.

La información no es solo para que la gerencia tome decisiones, o para conocer en forma precisa la actividad de la empresa, sino que, además, estos datos se registran en documentos contables, que permiten fijar la situación financiera de

la organización. En forma general, la contabilidad de costos persigue lograr objetivos a corto plazo esperando que la empresa se beneficie.

Finalmente, a través de esta información, la empresa podrá conocer cuál será el precio de venta de los productos, contando con un estado de equilibrio entre ingresos y costos, lo cual es el objetivo principal de la empresa en cuestión.

El Costo:

El costo puede describirse como el valor que implica la adquisición de bienes o servicios a través de la disminución de recursos o la adquisición de nuevas obligaciones de pago para poder obtener dicho beneficio. (Gómez, 2001).

Objetivos de la Contabilidad de Costos:

La contabilidad de costos tiene una serie de objetivos fundamentales, de acuerdo a lo siguiente:

- Brindar información real y concisa para poder determinar los costos de ventas, la utilidad o pérdida del ejercicio.
- Conocer el costo que poseen los inventarios, con la finalidad de presentar el balance general y el estado de resultados de la organización.
- Proporcionar datos que permitan una buena gestión de administrativo y una correcta toma de decisiones.
- Contribuir con el desarrollo y planificación de las estrategias de a compañía.

3.3. Economía y Marketing

El conocimiento sobre economía es una de las habilidades principales que una empresa debe tener en cuenta para poder mantenerse en los mercados actuales. Así pues, la economía se dedica a estudiar los patrones de conducta colectivos que inciden en la funcionabilidad del mercado. Además, analiza como los humanos deciden y así predecir como afectaran determinadas circunstancias a los patrones conductuales de la sociedad.

En este sentido, el estudio de la economía se torna fundamental en las estrategias mercadotécnicas. Esto, con la finalidad de anticipar de forma efectiva la incidencia de las acciones que se desean ejercer. (Hernández, 2017).

Por otro lado, el marketing es la ciencia y el arte de explorar, elaborar y dar valor con el fin de satisfacer los requerimientos de un mercado específico con lucro. Identifica las necesidades que no se han realizado, definiendo y cuantificando el nivel del mercado identificado y el lucro potencial. (Mesquita, 2018).

En otras palabras, el marketing incluye una serie de planificaciones y acciones cuyo fundamental objetivo es dar valor a las marcas determinadas o productos específicos, y de esta forma añadir mayor importancia para influir sobre un público objetivo constituido por los consumidores. No se debe confundir con ventas, pues no es su objetivo principal.

En otro orden de ideas, la relación entre el marketing y la economía radica en la función que cumple el primero sobre el segundo, que incluye relacionar producción y consumo. El marketing se encarga de propiciar un encuentro adecuado entre la oferta y a demanda. Este encuentro no es del todo espontaneo, pero requiere actividades unificadoras de dos formas:

Intercambio material, donde se ubican los flujos físicos desde el sitio en el que se producen hasta el lugar en el que serán consumidos.

Intercambio comunicacional, donde los flujos de información que están antes, durante y después del intercambio, aseguran el encuentro entre la oferta y a demanda.

En conclusión, el marketing y la economía se relacionan por cuanto a través de ellos se organiza la comunicación entre los entes productores y los consumidores.

3.4. Determinación del precio

Significado del precio.

El precio implica el valor total de los recursos que se necesitan para poder adquirir un producto o servicio determinado. Esto significa que, de la fusión de marketing, este es el único punto donde el marketing genera ingresos. (Mejía, 2020).

Para que se pueda determinar el precio de un producto, se deben tomar en cuenta los elementos que lo conforman:

- El bien o servicio
- Servicios complementarios
- La capacidad de satisfacción de deseos

Factores que influyen en la determinación del precio.

Para que se pueda determinar el precio de un producto, se presentan una serie de elementos:

- La demanda estimada: la proporción de la demanda y la frecuencia con que se presentan las compras, inciden en los precios de forma que se pueda realizar una estimación del precio, tomando en cuenta lo que se espera que represente el valor para los consumidores.
- Reacciones de la competencia: se basa en los productos similares dentro del mercado que son destinados al mismo tipo de consumidores.
- Otros elementos de la mezcla de marketing: bien sea un nuevo producto o uno que ya exista dentro de mercado, además de la vida útil del producto, los canales intermediarios, promociones, costos o combinaciones de costos que puedan incidir en la cantidad de producción, sean fijos o variables.

Metodología para determinar los precios.

Para poder determinar los precios, las empresas fabricantes o prestadoras de servicios, deben establecer políticas que se rigen por el cumplimiento de una serie de objetivos:

- Cuál es el objetivo de la determinación del precio. Puede ser la supervivencia en el mercado, el aumento de las ganancias, aumento de participación, liderar la diferenciación, entre otras.
- Determinación de la demanda. Dependiendo de la fijación del precio, se genera una demanda distinta del producto y esto incide en las estrategias de marketing de la empresa. Se establece una curva de demanda donde se evidencia la flexibilidad de compra del producto de acuerdo a la variación de precio, considerando la sensibilidad de los consumidores a dicha variación.
- Estimar los costos. Mientras que la demanda establece un límite alto para fijar precios de un producto, los costos establecen un límite bajo. Por lo que la empresa debe estimar un precio que le permita costear la fabricación del producto y todos los gastos en los que se incurren y que además le fije un margen de ganancia, sin que esto afecte su posición en el mercado y en la adquisición del producto por parte de los consumidores.
- Evaluar a la competencia. Se deben evaluar costos, precios y demanda de la competencia en el mercado, de forma de poder fijar un precio que mantenga a la empresa con buena posición entre los consumidores, sin afectar la rentabilidad de la empresa.
- Método de fijación de precios. Existen distintos métodos de fijación de precios entre los que se encuentran la determinación de los precios a través de parámetros, por la rentabilidad deseada, a través de los precios que se aprecian en los mercados, por contribución de costos variables y

marginales, por consideraciones del mercado, sobre bases psicológicas, o precios negociados.

- Seleccionar el precio final. Una vez se han cubierto todos los puntos anteriores, se puede proceder con la determinación del precio final que garantizará los ingresos de la empresa y el posicionamiento del producto en el mercado y en la vida de los consumidores finales.

CAPITULO IV: METODOLOGÍA

4.1. Población

La población es la totalidad de un fenómeno de estudio. Abarca todas las unidades de estudio que componen el fenómeno observado, y estas deben medirse para poder determinar el estudio al involucrar un determinado conjunto de entidades participantes de una característica específica. (Tamayo, 2012).

La población para el presente estudio está conformada por la totalidad de 8 productos dedicados a la higiene y sanitización de espacios, elaborados por la empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L.

4.1.1. Marco muestral.

Se compone de los datos provenientes de procesos operativos de compras, ventas, consumo, gestión de costos de materiales directos e indirectos, insumos, rendiciones, de los principales productos de higiene y sanitización de la empresa para el año 2019.

4.1.2. Muestra.

A través de la muestra se puede definir la problemática debido a que es la que generará la información con la cual se evidenciará la falla en el proceso. La muestra es el conjunto de individuos tomado directamente de la población, con la cual se procede a estudiar el fenómeno de forma estadística. (Tamayo, 2012)

La muestra de la presente investigación está constituida por 4 productos que elabora la empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L.

4.1.3. Tipo de muestreo.

Para esta investigación se considera el muestreo aleatorio simple, que es la forma más simple de seleccionar la muestra. En ella, todos los individuos tienen igualdad de probabilidades de ser seleccionados. (Tamayo, 2012)

4.2. Técnicas e instrumentos.

Estas son herramientas que permiten al investigador obtener los resultados que le permiten comprobar su hipótesis. Son recursos o procedimientos que le proporcionan acercamiento a la realidad identificada y al conocimiento de su comportamiento. (Anónimo, 2014).

4.2.1. Técnicas de recolección de datos.

La Observación. Como su nombre lo indica, significa mirar con detenimiento, con amplio sentido, el procedimiento de someter conductas de ciertas cosas manipuladas considerando principio para poner en práctica la observación. Son las cosas observadas, los datos o fenómenos que se pueden apreciar. (Pardinas, 2005).

Para la presente investigación, se observa el fenómeno directamente de la realidad, es decir, de los procesos productivos de la empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L.

La Entrevista. Se orienta a determinar un contacto directo con los individuos que pueden considerarse fuente de información para la investigación. (Tamayo, 2012).

En la presente investigación se implementará la encuesta para recopilar información directamente de las personas involucradas en el proceso productivo de la empresa para conocer con mejor exactitud la problemática.

4.2.2. Instrumentos de recolección de datos.

Guía de observación. Este instrumento permite recaudar, cuantificar y comparar los datos referentes a los hechos que ocurren en la realidad, lo inherente a estructura actual de los costos de producción de la empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L.

Encuesta. Permite recopilar información a través de un compilado de preguntas escritas que se realizará a las personas que se encargan del proceso productivo de la empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L.

4.3. Controles Patrimoniales.

Los controles patrimoniales se dan a través de capital propio de la empresa, lo que quiere decir el factor monetario requerido para la operatividad de la compañía y para la elaboración de los productos. Esto es costeado por los socios de la organización, para lo cual existe un capital en acciones cuyo valor es de 1000 soles, y un total de 10 acciones, para un capital inicial total de 10.000 soles. Los aportes de capital se realizan de la siguiente manera:

Tabla 1.

Aporte de los socios.

Socio	Cantidad de Acciones	Total aporte en Soles	Porcentaje
José Bedregal	9	9,000.00	90%
Juan Roldan	1	1,000.00	10%

Fuente: elaboración propia

CAPITULO V: SISTEMA DE COSTOS

5.1. Implementación del Sistema de Costos

De acuerdo a lo que se ha evaluado en la empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L., es necesario que se implemente un sistema de costos de producción, para poder elaborar el costo total y el costo por unidad de los productos elaborados. Para la empresa en estudio, se propone utilizar un sistema de costos por procesos, para poder determinar de forma más precisa y en menor lapso. Si este sistema se compara con otros, este puede determinar el costo de cada proceso fabricado, esto debido a que los factores involucrados en un proceso productivo inciden directamente en cada área hasta que se termina el producto. La empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L., que elabora productos de higiene y sanitización, utiliza productos químicos nacionales, y los elementos para determinar los costos son los siguientes:

Tabla 2.
Elementos del Costo.

Materia Prima	Mano de Obra	Costos indirectos de Fabricación
Materia Prima Directa:	Mano de Obra Directa:	Materiales indirectos:
<ul style="list-style-type: none"> • Soda Caustica • Ácido Clorhídrico • Percarbonato activado • Hipoclorito sódico • Aromatizantes • Alcohol Etílico • Agua Oxigenada • Cloruro de Magnesio • Excipientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Obreros 	<ul style="list-style-type: none"> • Botellas y Bolsas • Etiquetas • Tapas plásticas.
		Gastos de producción
		<ul style="list-style-type: none"> • Depreciación de maquinaria • Alquiler de locales • Transporte • Vigilancia
		Servicios básicos producción
		<ul style="list-style-type: none"> • Agua, luz, teléfono e internet

Fuente: elaboración propia

Estos tres elementos interactúan de forma directa, dentro del proceso productivo de la empresa. Para que se pueda comprender de una mejor forma el proceso productivo, se detalla cada departamento de la misma, de forma breve y concisa.

Las materias primas son adquiridas por el departamento de compras de la empresa, de acuerdo a los requerimientos de planta, y de acuerdo a los productos que se pretenden realizar. Una vez se encuentra el stock en el almacén de materia prima, se inicia el proceso de producción, donde estos elementos son sacados de este almacén para poder ser transformados en el producto final. De acuerdo a esto, se desarrolla lo siguiente:

- Departamento de compras. Se encarga de adquirir los productos al costo más bajo que puedan ofrecer los proveedores, y con los lapsos y condiciones de entrega deseados, para poder ser llevados al almacén de materia prima y ser destinados a la producción.
- Almacén de Materias primas. En este se compilan todos los químicos y productos que sirven para ser transformados durante el proceso de producción, en un producto final que se comercializa en el mercado final. El almacén de materia prima vela por el correcto almacenaje de estos químicos, ya que de esto depende el oportuno despacho a planta, cuidando valores, concentraciones, especificaciones que cada químico tiene, ya que cualquier error, por mínimo que sea, puede generar fallas en el producto.
- Departamento de Planta. En este departamento ocurre el proceso de transformación de materias primas, en productos finales. Se encuentra en el, la mano de obra directa que realiza el proceso, de principio (Preparación y mezcla de químicos), a fin (envasado, empaquetado, sellado y etiquetado).
- Control de Calidad. Debido a que son productos químicos que deben cumplir con parámetros específicos que garanticen su óptima calidad en sanitización e higiene, así como en los riesgos de manipulación y uso, es necesario que el control de calidad vele porque la producción se realice de acuerdo a los estándares establecidos en las políticas productivas, y de esta forma poder garantizar que los productos que van al departamento siguiente transformados en producto final, mantienen las especificidades que no solamente espera la empresa, sino sus clientes.

- Almacén de producto terminado. En este departamento se guardan los productos elaborados. Se almacenan de acuerdo a su composición o tipo, y de acuerdo a su fecha de elaboración. Este es el área encargada de hacer los despachos a los distintos mercados, bien sea a través de distribuidores o clientes mayoristas.

5.2. Hoja de Costos

Esta implica un formato de control que proporciona herramientas que permiten mantener un orden adaptado a los requerimientos de la empresa, y que tiene estrecha relación con los elementos del costo, y se representa a través de esquemas o modelos. (García, Zwaiman y Bañuelos, 2018).

Tabla 3.
Costos Totales (año 2019)

Materia Prima	Mano de Obra Directa	Costos Indirectos de Fabricación	Total
97,405.00	55,928.00	16,463.00	169,796.00

Expresado en Soles.

Tabla 4.
Hoja de Costos resumen por producto (por día).

Producto	Costo M.P.	Costo de M.O.D.	Costo de C.I.F.	Costo de Producción
Alcohol en Gel	75.00	10.20	6.30	91.50
Lavaplatos Industrial	44.00	10.20	6.30	60.50
Jabón Líquido para manos	53.00	10.20	6.30	69.50
Desengrasante	59.50	10.20	6.30	76.00

Fuente: Elaboración propia. Expresado en Soles.

5.3. Comparación de los costos por producto al aplicar el sistema

Para establecer la comparación de costos, se tomó en cuenta la información calculada a través del sistema de costos de producción, así como la información brindada por el área contable de la empresa. Cabe destacar que el margen de utilidad asignado a los productos es del 25% del costo de producción, esto de acuerdo a las políticas productivas de la empresa.

Tabla 5.
 Comparación de costos por producto al aplicar el sistema de costos (por día).

Producto	COSTO AL APLICAR EL SISTEMA			COSTO SEGÚN EMPRESA			Reducción del Costo	Margen en %
	Costo de Producción	Utilidad 25%	Valor Venta	Costo de Producción	Utilidad 25%	Valor Venta		
Alcohol en Gel	91.50	22.88	114.38	105.20	26.30	131.50	17.12	13%
Lavaplatos Industrial	60.50	15.13	75.63	82.45	20.61	103.06	27.43	26%
Jabón Líquido para manos	69.50	17.38	86.88	79.21	19.80	99.01	12.13	12%
Desengrasante	76.00	19.00	95.00	99.00	24.75	123.75	28.75	23%

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación: Al restar el costo según la empresa con el costo al aplicar el sistema de costos, se obtiene como resultado un valor que denominamos reducción de costo. Este valor resultante es la ganancia que la compañía tendría al aplicar el sistema propuesto en cada uno de sus productos.

5.4. Determinación del Precio

Tabla 6.
 Determinación de Precio Venta Masiva y comparación al aplicar el sistema.

Producto	Precios al Aplicar el Sistema				Precios Según Empresa			
	Valor Venta	IGV	Precio Venta Diaria	Precio Venta Mensual	Valor venta	IGV	Precio Venta Diaria	Precio Venta Mensual
Alcohol en Gel	114.38	20.59	134.97	4,049.05	145.00	26.10	171.10	5,133.00
Lavaplatos Industrial	75.63	13.61	89.24	2,677.30	89.00	16.02	105.02	3,150.60
Jabón Líquido para manos	86.88	15.64	102.52	3,075.55	99.00	17.82	116.82	3,504.60
Desengrasante	95.00	17.10	112.10	3,363.00	115.00	20.70	135.70	4,071.00

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación: Con respecto a la determinación del precio de venta masiva, se evidencia una diferencia relevante, lo que hace ver que, al aplicar el sistema de costos, se costea de forma efectiva los elementos del costo de producción, que se implementan en la elaboración de cada producto de la empresa.

5.5. Estado de Resultados

Tabla 7.

Estado de Resultados de la Empresa.

**ECOLAB PERU HOLDINGS S.R.L.
ESTADO DE RESULTADOS
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019
(EXPRESADO EN SOLES)**

CUENTA	2019	
VENTAS NETAS	<u>257,396.00</u>	100%
Ventas Netas	257,396.00	
(-)Costo de Producción	<u>169,796.00</u>	66%
Costo de Materia Prima	97,405.00	
Costo de Mano de Obra	55,928.00	
Costos Indirectos de Fabricación	16,463.00	
Utilidad Bruta	<u>87,600.00</u>	34%

Interpretación: Como se puede apreciar, es factible la aplicación del sistema de costos propuesto, ya que genera una utilidad mayor a la que ha sido estandarizada por la empresa de 25%, alcanzando con la implementación de la propuesta, una utilidad de 34%.

5.6. Asientos contables

Tabla 8.

Asientos contables registrados en el libro diario por concepto de compras, ventas y producción.

Cuenta Contable	Asientos Contables	Debe	Haber
	- 1 -		
60211	Compras de Materia Prima	9,500.00	
40111	IGV	1,710.00	
	42121 Cuentas por Pagar		11,210.00
	Por Adquisición de Materia Prima		
	- 2 -		
24111	Materias Primas	9,500.00	
	61211 Variación de Existencias		9,500.00
	Por el ingreso de la materia prima al almacen		
	- 3 -		
61211	Variación de Existencias	9,500.00	
	24111 Materias Primas		9,500.00
	Por la salida de la materia prima de almacen con destino a producción		
	- 4 -		
92111	Costo de Producción	9,500.00	
	79111 Cargas imputables a cuentas de Costo		9,500.00
	Por el consumo de la materia prima en el proceso productivo		
	- 5 -		
63111	Servicios prestados por Terceros	2,350.00	
40111	IGV	423.00	
	46311 Cuentas por Pagar Diversas		2,773.00
	Por la provisión de gastos por servicios de terceros		
	- 6 -		
94111	Gastos Administrativos	2,350.00	
	79111 Cargas imputables a cuentas de Costo		2,350.00
	Por el destino de los servicios prestados por terceros.		
	- 7 -		
62111	Sueldos y Salarios	4,600.00	
62711	Regimen de Prestación de Salud	414.00	
	40173 ONP		598.00
	40712 ESSALUD		414.00
	41111 Sueldos y Salarios Por Pagar		4,002.00
	Por el registro de la planilla MOD		
	- 8 -		
94111	Gastos Administrativos	4,600.00	
	79111 Cargas imputables a cuentas de Costo		4,600.00
	Por el Destino de la planilla MOD		
	- 9 -		
12121	Cuentas por Cobrar Comerciales	25,590.00	
	40111 IGV		4,606.20
	70111 Ventas		20,983.80
	Por la venta del producto Terminado		
	- 10 -		
10411	Banco BCP M.N.	25,590.00	
	12121 Cuentas por Cobrar Comerciales		25,590.00
	Por la cobranza de la venta realizada		
		105,627.00	105,627.00

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

Una vez finalizada la investigación, se puede concluir que la misma presenta factibilidad en relación con su aplicación, ya que, con esta, se proporciona a la empresa un cálculo detallado de sus salidas por concepto de producción, por lo que la organización puede manejar de forma precisa cada costo en el que incurre para poder elaborar los productos que comercializa. Esto también permite una mejor organización y medición para poder adquirir la materia prima, de forma de que no se compren más de las necesarias para realizar el proceso productivo, ni que existan faltantes al momento de trasladar la materia prima a planta.

En este orden de ideas, se pudo describir el control de costos de producción que poseía la empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L, el cual carece de un sistema de inventarios constante para su materia prima, para sus productos en procesos y para sus productos terminados. De igual forma se evidencia que no se toman en cuenta las valorizaciones de los costos de forma continua, ni a través de PEPS ni ponderado.

Por otra parte, no se establecen controles adecuados sobre la mano de obra directa en la producción, para poder determinar si se pueden optimizar los tiempos o si existen lapsos ociosos.

Para cumplir con el segundo objetivo planteado, se establecieron los elementos que inciden en los costos de producción de la empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L. Como se ha podido determinar al momento de realizar la investigación, los costos tienen un rol de suma importancia en el proceso productivo ya que permiten a la gerencia tomar decisiones oportunas para el bienestar y el aumento de la productividad de la misma, además de ser una herramienta útil para la realización de proyecciones en el área productiva y realizar las modificaciones que se consideren necesarias para poder aumentar la rentabilidad.

La competitividad de mercados actual está en constante crecimiento por lo que la empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L., necesita sumar todas las capacidades y herramientas que estén a su alcance para optimizar sus procedimientos, manteniendo y/o aumentando su calidad en los productos, reduciendo las fallas en la producción, reprocesos y desperdicio de materia prima, reduciendo las horas hombre implementadas, y aumentando las ganancias por producto. Es por esto por lo que es de vital importancia que se implemente un sistema de costos, que permita todo lo anterior, además de determinar con exactitud los requerimientos de la empresa para poder realizar los productos que comercializa.

Finalmente, se analiza la rentabilidad de la empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L. La rentabilidad de la empresa sin un sistema de costos de producción se mantiene baja, pues no se optimiza el proceso productivo para sacarle provecho a los recursos implementados en la elaboración de los productos de higiene. A través de la implementación de un sistema de costos de producción, la empresa podrá mejorar el uso y almacenaje de materia prima, así como la optimización de los tiempos de trabajo que utiliza la mano de obra directa, y de igual forma los costos indirectos de fabricación necesarios para llevar a cabo la producción.

Todo lo anterior hace que sea de suma necesidad el diseño e implementación de un sistema de costos de producción para la empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L. La puesta en práctica de un sistema de costos para la empresa Ecolab Perú Holdings S.R.L., aporta a la empresa la posibilidad de generar un margen mayor de ganancia, lo que aumenta la rentabilidad financiera de la misma, y además, se le da más formalidad a los procedimientos internos de producción. A través de la hoja de costos, se puede constatar la cantidad que se debe implementar de cada uno de los elementos del costo, para llevar a cabo el proceso productivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anónimo (2014). Tesis de Investigación. Recuperado de:
<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2014/06/tecnicas-e-instrumentos-de.html>
- Bendezú, A. y Torres, G. Los costos de producción y su impacto en la competitividad empresarial del sector joyería del departamento de Lima. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado de:
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624359/Bendezu_G_A.pdf?sequence=10&isAllowed=y
- Chino, E. (2018). Costos de producción y la fijación de precios de los productos de cerámica en arcilla en la Asociación de Artesanos Virgen del Carmen Pucará-2017. Universidad Andina de Cusco. Recuperado de:
http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/2398/1/Evelyn_Tesis_bachiller_2018.pdf
- Espesa, M. y Flores, R. (2015). Implementación de un Sistema de Costos por Órdenes Específicas en la Industria de Calzado Boleje EIRL. Universidad Nacional del Centro del Perú. Recuperado de:
<http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/3296/Espeza%20Ore-Flores%20Vilcahuaman.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Espinoza, R. (2017), Ventaja Competitiva. Recuperado de:
<https://robertoespinosa.es/2017/10/22/ventaja-competitiva-que-es-tipos-ejemplos>
- Galán, J. (2020). Estrategias de Negocio. Recuperado de:
<https://economipedia.com/definiciones/estrategia-de-negocio.html>
- García, E. y Martínez, J. (2018), Diseño de un modelo de costos de producción para microempresa de Arepas KEPAS. Pontificia Universidad Javeriana, Colombia. Recuperado de:
http://vitela.javerianacali.edu.co/bitstream/handle/11522/10062/Dise%C3%B1o_modelo_costos.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gómez, G. (2001). *Contabilidad de costos: conceptos, importancia y clasificación*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/contabilidad-de-costos>
- Goñaz, E., y Zevallos, W. Determinación de un sistema de costos por procesos para mejorar la rentabilidad en la empresa Panadería Oriental S.R.L.", de la ciudad de Iquitos, 2016, Universidad Científica del Perú, Recuperado de:
<http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/470/GO%C3%91AZ-ZEVALLOS-1-Trabajo-Determinaci%C3%B3n.pdf?sequence=1>

- Hernández, A. (2017). La economía y su relación con el marketing. Recuperado de: <http://branketing.mx/la-economia-y-su-relacion-con-el-marketing/>
- Hernández, J. Sistema de costos de producción y su influencia en la determinación del costo y precio de las comidas de la empresa El Paisa E.I.R.L., Distrito de Cusco, período Agosto-octubre del 2016, Universidad Privada Antenor Orrego, Recuperado de: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2349/1/RE_CONT_JEFFERSON.HERNANDEZ_SISTEMA.DE.COSTOS.DE.PRODUCCION.Y.SU.INFLUENCIA.EN.LA.DETERMINACION.DEL.COSTO_DATOS.pdf
- Hernández, R. (2014). Metodología de la Investigación. Sexta edición, editorial Mc Graw Hill/Interamericana editores, S.A. de C.V. Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wpcontent/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Martínez Rodríguez Miller Gerardo Diseño de un sistema de costos ABC para la empresa Rapifritos MAC Recuperado de: <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2016/164625.pdf>
- Mejía, C. (2020). Métodos para la determinación del precio. Documentos Planning. Recuperado de: http://www.planning.com.co/bd/mercadeo_eficaz/Agosto2005.pdf
- Mendoza (2018), Costos de producción y su incidencia en la comercialización de pescado en la empresa industrial Pesquera del Pacífico S.A.” presentado en la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Ecuador. Recuperado de: <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/461/1/ULEAM-CT.AUD-0015.pdf>
- Mesquita, R. (2018). ¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>