



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**Estructura de Costos para Fijar el Precio de Venta del Café de la Empresa
Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C. Chiclayo 2018**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público

AUTORA:

Bach. Ruiz Fasabi Teresa (ORCID: 0000-0003-0770-8303)

ASESOR:

M. Sc. Zuloeta Salazar José Félix (ORCID: 0000-0002-5437-8557)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Costos

CHICLAYO – PERÚ

2019

Dedicatoria

A Dios todo Poderoso y padre Celestial por darme la vida y cuidarme todo los días de mi vida.

A mi Esposo por su comprensión, esfuerzo y sacrificio hacia mi persona, su apoyo y amor ha sido fundamental en todo momento de mi vida, para que no desmaye, ni deje mis sueños y pueda así lograr mis metas y objetivos.

A mi pequeña princesa Cielo fruto del gran amor que tengo con mi esposo, ella inspiración total para culminar este trabajo, siendo mi motor del día a día en esos momentos que quise dejar todo.

A mi madre que con su apoyo y amor lograron que culmine esta etapa de mi vida.

Teresa

Agradecimiento

Agradezco al gerente de la Empresa Importaciones Y Exportaciones Virgen del Carmen por permitir desarrollar mis prácticas pre- profesionales y desenvolverme en el campo Laboral.

Al Metodólogo el profesor José Feliz Zuloeta Salazar por sus enseñanzas y guía para culminar la tesis.

A mi asesor el Profesor Hugo Iván Callantes palomino por apoyarme en la asesoría de este trabajo de Investigación.

A la universidad Cesar Vallejo mi casa de estudios, por haber permitido ser parte de ella y abrirme las puertas durante estos cinco años para poder culminar mi carrera.

A mis compañeros por haber compartido durante todos estos años experiencias y anécdotas muy bonitas.

La Autora

Página del jurado



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ACTA DE SUSTENTACIÓN

En la ciudad de Chiclayo, siendo las 2:00 pm horas del día 25 de Mayo del 2019, de acuerdo a lo dispuesto por la Resolución de Dirección de Investigación N° 0853, de fecha 24 de Mayo del 2019, se procedió a dar inicio al acto protocolar de sustentación de la tesis titulada: "ESTRUCTURA DE COSTOS PARA FIJAR EL PRECIO DE VENTA DEL CAFÉ DE LA EMPRESA IMPORTADORA & EXPORTADORA YELITHZA & YOUSSEF S.A.C. CHICLAYO 2018 ", presentado por la Bachiller: RUIZ FASABI TERESA, con la finalidad de obtener el Título de Contador Publico, ante el jurado evaluador conformado por los profesionales siguientes:

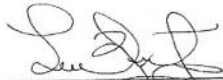
PRESIDENTE : Mgtr. Rita de Jesús Toro López
SECRETARIO (A) : Mgtr. Mario Ignacio Farfán Ayala
VOCAL : Mgtr. Waldemar Ramón García Vera


Concluida la sustentación y absueltas las preguntas efectuadas por los miembros del jurado se resuelve:


APROBADA POR MAYORIA

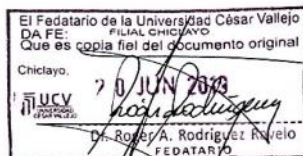
Siendo las 2:50 PM del mismo día, se dio por concluido el acto de sustentación, procediendo a la firma de los miembros del jurado evaluador en señal de conformidad.

Chiclayo, 25 de Mayo del 2019


Mgtr. Rita de J. Toro López
Presidente


Mgtr. Mario I. Farfán Ayala
Secretario (a)


Mgtr. Waldemar R. García Vera
Vocal



CAMPUS CHICLAYO
Carretera Pimentel Km. 3.5
Tel.: (074) 481 616 Anx.: 6514

fb/ucv.peru
@ucv_peru
#saliradelante
UCVCHICLAYO

Declaratoria de Autenticidad

Declaratoria de Autenticidad

Yo, Teresa Ruiz Fasabi con DNI N° 45849850, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Titulados de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Contabilidad. Declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como la información aportada por el cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, Junio del 2019 .



Bach. Ruiz Fasabi Teresa

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Índice	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	11
II. MÉTODO	41
2.1 Tipo y Diseño de investigación	41
2.2 Operacionalización de Variables	42
2.3 Población , muestra y muestreo	44
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de daros, validez y confiabilidad	45
2.5 Procedimiento	46
2.6 Métodos de análisis de datos	46
2.7 Aspectos éticos	47
III. RESULTADOS	50
IV DISCUSIÓN	88
V. CONCLUSIONES.	93
VI. RECOMENDACIONES	95
REFERENCIAS	97
ANEXOS	102
Reporte del turnitin.....	126
Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis.....	127
Autorización de Publicación de Tesis en Repositorio Institucional UCV.....	128
Autorización de la Versión del Trabajo de Investigación	129

Índice de Tablas

Tabla 1. Cargo laboral de los trabajadores .	44
Tabla 2. Balance General año 2016 y 2017	55
Tabla 3. Estado de ganancias y pérdidas por función.	57
Tabla 4. Costos Vinculados a la compra	58
Tabla 5. Costo de factura Según Incoterms	59
Tabla 6. Costo total de Mercadería año 2016 y 2017	60
Tabla 7. Tabla de Depreciación según Sunat.	61
Tabla 8. Tabla de precio en que venden y el Mercado	62
Tabla 9. Tabla de Margen de Utilidad	63
Tabla 10. Tabla de Ventas Netas	64
Tabla 11. Tabla de Cálculo de Costo de Importación	68
Tabla 12. Actividades para generar la estructura de costos.	73
Tabla 13. Funciones de cada trabajador	74
Tabla 14. Flujograma de Compra de Importación.	77
Tabla 15. Costos de Importación	79
Tabla 16. Costos Variables que debe incurrir la Empresa.	80
Tabla 17. Recuperación de los Costos.	81
Tabla 18. Costos fijos	82
Tabla 19. Costo Unitario de Cajón de Café.	83
Tabla 20. Recorrido estándar del Conocimiento de Embarque o Bill of Lading desde su emisión	86

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo proponer una estructura de Costos para determinar el precio de venta de café, dicho estudio se realizó en la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef SAC, el tipo de Investigación fue Descriptivo y diseño No Experimental. La muestra estuvo conformada por el Gerente y el Contador de la Empresa. Las técnicas empleadas para la elaboración de la Investigación fueron Entrevista y Análisis Documental, dichos instrumentos fueron validados por juicio de expertos.

Los resultados encontrados de acuerdo a los objetivos con respecto diagnóstico situacional económico, mediante la verificación de los documentos de los Estados financieros, que la empresa realiza Importaciones de manera continua y que el importe más fuerte de todo su costo corresponde al importe por concepto de mercadería, todos estos costos eran acumulados, no hacían la desviación entre costos directos e indirectos o algún sistema de costos adecuados como para poder determinar un costo más apropiado a la realidad, con respecto al análisis de los costos para determinar el precio de venta del café, se verificó los gastos vinculados a la compra de la mercadería, ellos toman como base la sumatoria de todo sus costos para poder fijar el precio de venta del producto, pero al momento de hacer la verificación nos damos cuenta que la empresa no aplica o no cuenta con una estructura de costos, lo único que encontramos fueron unas sumatorias por parte del gerente en el cual ellos determinan de manera empírica el costo total de la mercadería y aplicando un importe podría determinar el precio de venta.

Finalmente las conclusiones encontradas fueron que la empresa no cuenta con diseño e estructura de costos desde su creación lo cual ellos no tienen de manera exacta su margen de ganancia.

Palabras Claves: Estructura de costos, Margen de Ganancia, Gastos.

ABSTRACT

The objective of this research is to propose a Costs structure to determine the sale price of coffee, this study was carried out at the Yelithza & Youssef SAC Importer & Export Company, the type of research was Descriptive and Non-Experimental design. The sample consisted of the Manager and the Accountant of the Company. The techniques used to prepare the research were Interview and Documentary analysis, these instruments were validated by expert judgment.

The results are related to the objectives. The results. The results. The results. The results. merchandise, all these costs were accumulated, did not make the deviation between direct and indirect costs or the system of costs as the power of a cost more appropriate to reality, with respect to the analysis of costs to determine the sale price of the coffee, the expenses related to the purchase of the merchandise were verified, they took as a base the sum of all the costs to be able to establish the price of the sale of the product, but at the time of doing the verification we do not realize that the company does not apply or does not have a cost structure. E in which they determine in an empirical way the total cost of the merchandise and the application of an amount that could determine the price of the sale.

Finally, the conclusions found were that the company does not have a design and cost structure since its creation, which they do not exactly have their profit margin.

Key Words: Cost structure, Profit Margin. Expenses.

CAPITULO I INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

Realidad Problemática

De acuerdo al análisis realizado a nivel Internacional vemos que las empresas para que fijen sus Precios de Ventas consideran diferentes formas y procesos de hacerlo para tener claro cuál sería el precio idóneo de sus productos como se puede ver a continuación.

Colombia

La encuesta realizada por el Comercio Exterior del Banco de la República señala que los costes que incurre un Importador en Colombia, “alcanzan a los 36.6% del Valor CIF y estos son el Coste, Seguro, y Flete [...], estos costes se subdividen en Transporte Internacional (4.7%); derechos Aduaneros (15,8%), y costos internos no arancelarios (16,1%)” Dinero (2017). Es muy importante considerar que los costes de importación se calculan desde el lugar de embarque de donde procede la mercancía hasta el depósito del importador.

Ecuador, en el artículo Estructura de Costos en Intermedio y Pequeñas compañías señala:

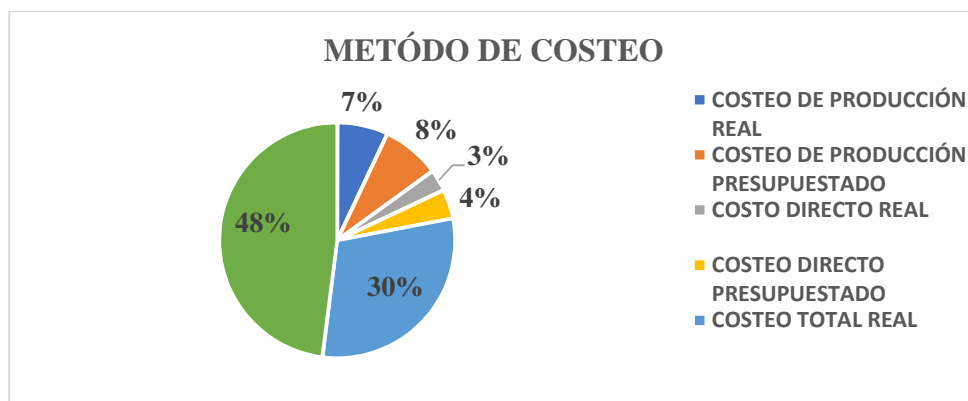
Las pequeñas empresas y medianas deberían realizar inversión en sistemas para determinación más exacta de sus costos ya que hoy en día el mercado competitivo brinda herramientas al alcance del bolsillo del pequeño empresario lo cual se convierte en el punto diferenciador que le va permitir conocer el empleo de materiales, usos de otros recursos y así establecer estándares que le irán paulatinamente minimizando costos y mejorando así la eficiencia y rentabilidad de su empresa pero esto debe ser una tarea continua que permita realizar cálculos más exactos y así tomar mejores decisiones para la empresa., Avalos, Sanandrés, Orna, Vallejo y Izurrieta (2018).

Ecuador, en el Artículo sobre el tema Costo de Producción y Fijación de Precios en las Microempresa nos informa:

Gran porcentaje de los pequeños empresarios fijan sus precios tomando como referente a la competencia o a los costos internos en los que ellos incurren no percatándose que cada organización o empresa vive realidades distintas como por ejemplo los costos fijos en unos pueden ser mayores que

otros, la cantidad de personal que se emplea en cada empresa es diferente entre cada una de ellas, las metodologías de costeo pueden variar a pesar de que fabrican o vendan productos similares, sus estructuras internas son totalmente diferentes así que para la fijación de precios se debe tener en cuenta múltiples factores que permitan no solo a la empresa generar rentabilidad tomando como referencia la competencia sino el poder realizar diferenciación y así asignar precios más rentables para un producto o servicio. . Albán , Betancourt y Morales (2015)

Tal como mencionan para Raju y Shang (como se citó en Albán , Betancourt y Morales 2015) 2010 aseguran que el fijar los precios basados en la competencia los vuelve presos de las decisiones que puede tomar su competidor ya que solo copia y pega lo que haga y deja de hacer su competencia pudiendo llevarlo a tomar decisiones que implique su salida de mercado ya que la otra empresa pueda estar fijando sus precios de manera estratégica, es decir los movimientos que hace son solo para sacarle del mercado. (p, 22- 23)



Fijación de Precios Venta a Base de Empresas Encuestadas
Fuente: Empresas encuestadas 2015

Costa Rica, en el Diario sobre el tema Cinco estrategias para fijar el precio de su producto, conquistar mercado y ganar nos menciona que:

Conforme lo que dice El Ejecutivo de la Cámara de Comercio el Sr Alonso Elizondo Bolaños las empresas pymes más de un 60% desconoce los costos vinculados a sus productos no toman en cuenta las distintas variables de los costos de producción del producto (fijos y variables), la magnitud de venta, competencia y no consideran al público a quienes se va dirigido el bien o servicio, y pasa desapercibido por los emprendedores, lo cual incurre que el precio que se decreta no sea de acuerdo a la realidad , por lo general los problemas de fijación de precios en los que incurren las pequeñas empresa que no cuentan con una contabilidad de costos o una área de marketing que le permita realizar estudios de mercado para analizar los

precios de competencia y de mercado por lo contrario basan la fijación en su experiencia a base de prueba y error. . (Pymes El Financiero, 2015)

En nuestro querido País podemos observar que unos de los principales productos de mayor demanda de exportación es el producto del café, por eso necesario revisar los tipos de costos que van asociado a dicha exportación tal como señalan a continuación:

La Cámara de Comercio de Lima señala:

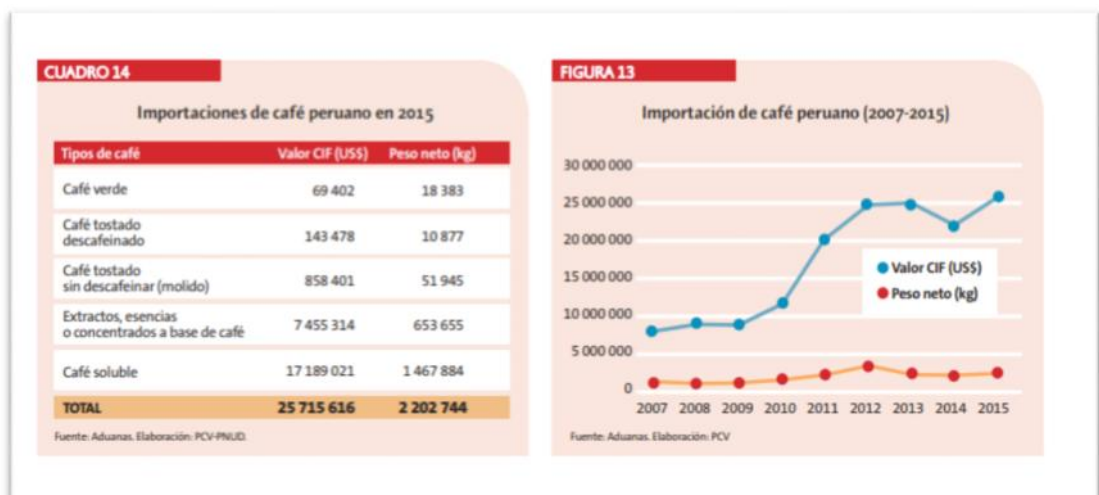
Que la producción del café tuvo una baja durante los años 2011, 2014 con un porcentaje del 37% debido a diferentes enfermedades que ataca a las plantas lo cual perjudica la cosecha de este producto con un rendimiento muy bajo. Cuando suceden estos tipos de situaciones, disminuye la producción afectando lo invertido en dichos cultivos, a partir del 2014 El valor de las exportaciones llego a tener un aumento favorable, a causa del aumento del precio del café internacionalmente, ya que el País vecino Brasil tuvo una de caída en su producción y como sabemos, pues éste ha sido considerado como el principal abastecedor en exportar café al mundo entero. (Gestión, 2015).

En Perú al determinar correctamente los costos de Importación dependerá mucho de conocer específicamente cuales son los conceptos a costear, ya que se puede apreciar el incremento de año a año en el tema de importar y exportar según el artículo nos informa:

Al realizar un comparativo de los años 2007 y 2015 de las importaciones y exportaciones en el país se puede notar que las importaciones han permanecido estáticas con relación al volumen monetario, mientras que en las importaciones se han visto incrementadas en más del 100% , lo que se puede deducir que para muchos el importar y competir en el mercado nacional no ha sido rentable a ello se recomienda que se genere estructuras de costos que distingan el costo de importación así como los costos directos e indirectos vinculados a dicha operación . (Rodríguez 2016: p. 140)

En los costos de importación se debe definir muy claros los Incoterms con los cuales se van a trabajar el mismo que estará determinada por el importe de la factura entregada por el proveedor extranjero adicionándole a estos los desembolsos que se efectúen distintos al Incoterms denominados contablemente gastos vinculados con la compra.

El Perú es un país que cuenta con diversidad de productos que podemos disfrutar de ello, y el café es uno de ellos lo cual viene hacer el principal producto de exportación según nos informan, Una de las principales actividades que genera ingresos de divisas al país es la exportación de café, actividad en la cual el Perú es un país muy competitivo, el consumo interno en los últimos años ha provocado que se genere un vacío en el consumo el cual es cubierto con el incremento de la importación que se ha venido dando en los últimos años. . Díaz y Carmen (2017).



Fuente: Aduanas

En el Perú, en el artículo sobre su tema Estrategia de Precios nos informa que:

La variable de la cual depende la rentabilidad de la empresa es el precio mediante el cual se ve retornada la inversión que se realiza el cual en muchas oportunidades se fija tomando como referencia la percepción de los consumidores de la relación que existe entre alta calidad por ende alto precio (caso Toyota versus Hyundai), los precios deben estar basados de acuerdo a la estrategia que traza la empresas quiere especializarse en precios bajos deben compensar esto con costos bajos que le permitan generar volúmenes márgenes estables y por ende su permanencia en la industria en la cual se desempeñan. PerúRetail (2014)

El éxito, el fracaso la continuidad o salida de la empresa de su industria dependerá de la estrategia de precios que estas puedan fijar, teniendo como base el análisis de la estructura interna (fortalezas) que cada empresa posee.

En el Perú, en el blog titulada Importancia de los costos en las Gestiones Empresariales señala que:

Según el conferencista de empresas el Sr Carlos Jiménez, la gerencia los responsables gerenciales en la gran mayoría de empresas peruanas emplean el cálculo de los costos para establecer sus precios de venta, y al aplicar precios de venta por encima de los costos generar por ende las utilidades que se requieren, a laves en el aspecto comercial se pueden establecer metodologías de negociación con los clientes teniendo claro los costos y las características de los productos que brindan, determinación de los costos de entrega, así como poder hacer la comparación con otras empresas de la misma industria permitiendo así determinar estrategias que pueden mejorar la rentabilidad de la empresa facilitando la toma de dediciones de la gerencia al mando. Escuela de organización industrial (EOI 2012)

El conocer los costos es fundamental para la permanencia de los empresarios en el ambito comerial sea el producto que vendan, permite adaptar de buena forma a los precios, permite realizar negociaciones para eficientes, ya que conociendo los costos de manera mas exacta se puede cerrar ventas marginales que permite a la empresa mejorar sus ventas.

Según VISA Empresarial (2015) ,señala que para poder establecer precios de acuerdos a la realidad de la empresa donde no se perjudique, se debe tener muy en cuenta llos costos en los cuales se incide para la entrega de productos o servicios. Al fijar los precios de acuerdo a la compentencia puede traer consigo problemas, ya que no todos tienen la misma estructura de costos, por ende no es el mismo precio del bien o servicio, si bien se debe tomar como referencia no es el total de la ecuacion.

Así mismo dentro de la coyuntura empresarial nos encontramos que en la ciudad de Chiclayo la empresa a investigar enrumbo el negocio de Importar café soluble desde el País vecino el Ecuador, y he aquí que empiezan este aventura empresarial lo cual nos comentan a continuación.

Vivimos en mundo globalizado donde hoy en día las generaciones van de aumento, es por ello que en la ciudad de Chiclayo las empresas son factores muy importantes para la economía de nuestro País, debido a la constante demanda de consumidores de productos Importados.

Por eso la empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C, ubicada en el A.V José Pardo N° 112 Cercado de Chiclayo tiene más de diez años en el mercado, lo cual fue idea de los esposos del Sr. José Yapapasa De la Cruz y la Sra. Ruth en emprender este rumbo de esta actividad empresarial en la Región Lambayeque por ende está la empresa inmersa en el mundo de la Importación y venta al por mayor de Café dentro de la ciudad de Chiclayo, al igual que las demás empresas del mismo rubro permanecen en constante desarrollo y crecimiento de sus productos que se ofrecen.

Pero tiene dificultades para fijar su precio ya que la forma como calculan sus costos no es la adecuada, porque la empresa acumulan sus costos y en base a eso ellos sacan el precio real de su producto ,se sabe que uno de los factores principales para establecer el precio de venta es el costo unitario del café , considero que el cálculo de sus costos está mal efectuado, teniendo en cuenta que en mercado existen diferentes empresa que venden el mismo producto (Marcas diversas, otro importador de Café Soluble don Café, y no realizar un cálculo correcto del costo y por ende del precio trae como consecuencias que pude salir del ámbito comercial , por ende que se recomienda a la institución comercial tener muy adecuada su Estructura de Costo para poder fijar del precio de venta, para poder entrar a todos los mercados del país con un precio correcto.

RUC	RAZON SOCIAL	CIF	PARTICIPACION
10294599474	Figueroa Gladyz Calixta	4,445.61	0.10%
20100070970	Supermercados Peruanos Sociedad Anónima "O" S. P.S.A.	31,535.37	0.74%
20109072177	Cencosud Retail Perú S.A.	138,579.29	3.24%
20388829452	Lasino S.A.	10,934.59	0.26%
20394862704	Altomayo Perú S.A.C.	1,510,974.11	35.34%
20480023588	Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C.	251,988.72	5.89%
20508565934	Hipermercados Tottus S.A.	69,239.59	1.62%
20512639951	Mega Products Distribuidora S.A.C.	11,132.86	0.26%
20514584789	Compañía Nacional de Chocolates del Perú S.A	25,339.66	0.59%
20518402839	Nestlé Marcas Perú S.A.C	1,877,959.74	43.92%
20522894754	Firma Sociedad Anónima Cerrada- Firma S.A.C.		0.26%

		11,118.98	
20543728170	Zrii del Perú S.A.C.	7,935.37	0.19%
20549770933	Inversiones Yamilay E.I.R.L.	9,344.34	0.22%
20551375791	Expertos en Café Perú S.A.C.	3,543.44	0.08%
20600085159	Ralanm Sociedad Anónima Cerrada	311,404.71	7.28%
TOTAL		4,275,476.38	100.00%

Fuente: SUNAT Aduanet Abril 2018 – Partida arancelaria 2101110000 - Extractos, esencias y concentrados
ELABORADO: La Autora

Como se aprecia en el cuadro vemos las participaciones de cada empresa que se dedica a la venta del café donde la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C esta con una participación del 5.89%.55

Trabajos Previos

Para realizar el siguiente trabajo de investigación recurrimos trabajos de otros países donde nos dan a conocer como fijan sus precios de sus productos, como también como pueden diseñar una estructura de costos tal como se puede ver a continuación

Flores (2016) En su investigación de tesis denominado Incidencia de la fijación de precios de venta del producto en los niveles de competitividad de las MIPYMES productoras de Tabaco en el municipio de Estelí ciclo productivo año 2015, del país de Nicaragua, de la (UNAN), trabajo para titularse de Master en Gestión, , opto como su Objetivo General “Valorar la incidencia de la fijar bien el precio de venta del producto en el nivel de desafío de las MIPYMES de los productos de Tabaco en el (M E), ciclo rentable del año 2015”, con una calidad investigativa cualitativo, cuantitativo, con una muestra que se realizó a 17 Mipynes productoras del tabaco, lo cual llegó a la siguiente conclusión:

Las pequeñas empresa suelen calcular sus precios teniendo en cuenta todos los costos que se incurre en la producción. Y estas suelen trabajar a base de papeletas donde ésta indicada en cada ítems los costos, la cual les ayuda mucho, ya que está sumamente clara , precisa y detallada las etapas de cada área de proceso de fabricación de este producto, y gracias a esto la empresa puede fijar sus precios ya que esta de manera fácil saber el precio

que le corresponde al producto, pues si la empresa desea tener una muy buena ganancia debe seguir los pasos de este diseño de estructura, y así evitamos poner precios al azar o solo a la deriva. (pp. 100 -101)

La sostenibilidad de las empresas depende en gran medida del buen margen de contribución que tiene, el mismo que se obtiene de restar el precio de venta menos los costos, por ello la determinación casi exacta de los costos permite a los gerentes o encargados de la organización a tomar buenas decisiones basadas en información confiable, la misma que debe ser recabada al milímetro por el área responsable, en el caso del presente trabajo la hoja de costos se usa mayormente con fines informativos más que decisivos, debido a que se desempeña dentro de un monopolio u oligopolio (clientes, los cuales en muchas oportunidades desiden el precio de transacción el cual no siempre es atractivo para el productor).

Gomez (2014) En su tarea de investigación sobre “Análisis y planteamiento de Estructura de Costo y distribución de Gastos de una Empresa de Manufactura”, de la “U S B”, de Venezuela, tesis para recibir el grado de Ingeniero de Producción, escogió como Objetivo General “Analizar la estructura de costo y gasto de una casa comercial manufacturera cliente de KPMG” en función de sus procesos de negocios y en concordancia con la Ley orgánica de Precios Justos, su tipo de Investigación fue “Experimental”, lo cual llegó a la siguiente conclusión.

Cada empresa sea el rubro que se dedica, tiene un sistema interno que manejan para llevar un mejor control, en este caso, la empresa maneja un sistema por órdenes, pues esta institución se basa en que reciben pedidos de sus clientes. Sin embargo, éste sistema no está estandarizado, lo que evita el aprovechamiento de las virtudes de este sistema de costeo como ventaja.

El poder establecer un correcto sistema de costeo depende de gran medida del tipo de operación, actividad empresarial, no se puede usar el mismo método de costeo en todas las actividades empresariales, hay actividades que tienen procesos constantes, tienen procesos, o solo son un proyecto, en este caso si por cada pedido las características solicitadas por el cliente son diferentes, cada pedido no puede ser estandarizado, y se debe destinar esfuerzos y costos a realizar la recolección de los mismos lo que evita ser el costeo una ventaja competitiva.

En nuestro País podemos observar que algunos trabajos hablan sobre este tema tan importante de como los comerciantes pueden estructurar los costos de su producción y como esto va funcionar para la gestión de la empresa como se puede observar a continuación

Valderrama (2014) realizó su tesis de Investigación, lo cual planteó el tema “Diseño de una Estructura de Costos y su Incidencia en la Gestión de la Empresa Comercializadora de Vehículos Neo Motors SAC, en la eterna ciudad de la Primavera año 2014”, de la (U N T), del país de Perú, tesis para Obtener la Profesión de Contador Público, escogió de Objetivo General “Determinar la Incidencia que tendrá el Diseño de una estructura de costos en la gestión de la empresa Comercializadora de Vehículos Neo Motors SAC año 2014”, lo cual llegó a la siguiente conclusión:

Cabe mencionar que las empresas de hoy en día suelen utilizar diseños de estructuras de costos y sea el que adopten les va ayudar enormemente en la gestión y las decisiones dentro de la empresa sea cual sea el diseño que elijan, ya que con esto se va lograr tener con claridad concluir un precio idóneo para nuestro producto, sumando todos los costos desde el momento de fabricación hasta su culminación de éste. Es una herramienta que toda empresa necesita para que pueda marchar bien en el mercado y dentro de ella misma pues este dará como resultado a tomar buenas decisiones a futuro. (p: 102- 103)

Es de suma importancia que una empresa cuenta con un plan de estructurar sus Costos ya que así pueda determinar correctamente sus costos y pueda ver su ganancia y sobre todo tomar buenas decisiones.

Díaz (2016) En su presente trabajo de investigación, propuso el tema Estructura De Costos Por Procesos En La Fijación De Precios De Venta Para La Producción De Queso Tipo Paria En El Centro De Transformación Familiar De Derivados Lácteos “Killalac” En El Distrito De Ocongate, Periodo 2015, de la (U A C) país Perú, tesis para obtener el Título profesional de Contador Público, tuvo como Objetivo General Establecer la aplicación de la estructura de costos por procesos y su contribución en la fijación de los precios de venta para la producción de queso tipo Paria del centro de transformación familiar de derivados lácteos Killalac en el distrito de Ocongate periodo 2015, tiene un tipo de investigación de “método descriptivo” por consiguiente establece propiedades, de cualquier fenómeno que

se analizó, su muestra lo conforman la transformación familiar de lo obtenido de los 3 lácteos “Killalac” en el Distrito de Ocongate. Llegó a la siguiente terminación.

El efecto de establecer un sistema por proceso, en la industria y comercialización de quesos permite identificar claramente el costo en el que se incurre en cada proceso que va desde la producción hasta los costos de entrega y por ende determinar el margen de utilidad, este sistema es adecuado cuando los procesos pueden ser estandarizados y el producto o servicio final tienen características muy semejantes, y así se pueden buscar eficiencia en los recursos empleados minimizando así los costos sin perder de vista la calidad del producto. (p: 58)

Cuando el producto pasa por procesos estandarizados, se puede generar la acumulación de costos por cada proceso por el que pase el producto, en el caso los quesos pasan por procesos desde la leche hasta poder obtener los quesos como producto terminado, lo que permite obtener el costo más aproximado del queso.

Cruz y Reymundo (2016) En su Tesis de Investigación, cuyo tema fue Sistema De Costo Estándar En El Control De Recursos Y Fijación De Precio De La Empresa Geelva Kids, de la Universidad Privada Leonardo Da Vinci de la ciudad de Trujillo país Perú, tesis para obtener el Título Profesional de Contador Público, tuvo como Objetivo General Determinar el grado de Incidencia del Sistema de Costo Estándar en la Fijación de Precios y el Control de los Recursos para la Empresa Geelva Kids, con un Tipo de Investigación pre- Experimental, lo cual llevo a la conclusión:

Uno de los sistemas de costeo que permite establecer, determinar producciones con características similares por lo tanto un costo parecido es el sistema de costeo estándar, en este caso se puede determinar costo estándar de acuerdo a la talla o modelo de las prendas ya que para los de una misma talla se empleara la misma cantidad de materiales, de esta manera se pueden realizar negociaciones ágiles con nuestros clientes y con nuestros proveedores, además de permitirnos tener nociones aproximadas del precio de venta a emplear, se sugiere que el estándar determinado sea evaluado de manera periódica y aleatoria (p: 46).

Aplicar precios solo teniendo en cuenta porcentajes, deja de lado los costos marginales que hacen que se puedan vender cantidades adicionales, esto trae consigo limitaciones, se puede en primer momento tener mayor exactitud en los

costos pero limita a las empresas a que puedan tomar decisiones más ágiles, adecuadas a la realidad que permitan aprovechar las oportunidades.

Hanco (2017) En su trabajo de tesis, denominada Costo de Producción, Fijar Precio de Textiles derivados de la alpaca En La Asociación Asotex de Pitumarca Periodo 2016, de la (U A C) del Perú, trabajo de Investigación para conseguir la Profesión de Contador Público, escogió como Objetivo General Determinar los Costos de producción y Precio de Venta de los textiles derivados de alpaca en la Asociación ASOTEX en el distrito de Pitumarca 2016, con un tipo de Investigación de Diseño no Experimental, con una muestra de 18 tejedores de la misma empresa mencionada, lo cual finalizó mencionando que :

A pesar del avance tecnológico y la disminución de los costos en las herramientas de cálculo, existen muchas empresas que siguen realizando el cálculo de costo de sus productos de manera empírica, prueba de ello es la empresa "ASOTEX", que fija sus precios de esta manera, lo que le ha llevado a esta asociación en muchas oportunidades en tomar malas decisiones , pudiendo en ocasiones vender por debajo de los costos de producción, se deben establecer mecanismos o sistemas de control, ya que no necesariamente se debe contar con un sistema de costeo muy sofisticado que les permita ser una diferenciación de sus costos directos de los indirectos. (p: 01).

El extremo del costeo más preciso es, no llevar el control de los costos, en muchas empresas a la fecha no se le lleva un control exacto de los costos esto por desconocimiento o porque el nivel del margen es muy alto que sin necesidad de revisar sus costos determina que su ganancia es la adecuada, si bien estos aplican los costos directos los cuales si no los tienen calculados de manera exacta si tienen conocimiento de los mismos, pero los costos indirectos que están inmersos no está ni definidos y mucho menos calculados, esto evitar tomar decisiones de manera adecuada, si bien los costos son todo para determinar precios de venta pero si son para tomar decisiones con fundamento, en el caso de esta asociación no era pieza clave el detalle de los costos, puede ser mejor manejadas si se tuviera por los menos el registro de los mismos.

Así mismo podemos enfocarnos en que nuestra ciudad Chiclayo no puede pasar desapercibido el tema de fijación de precios tal como nos habla en este trabajo sobre una empresa agrícola a continuación.

Adrianzén y LLontop (2015) En su trabajo de tesis Estructura De Costos De Producción Por Hectárea De Maíz Amarillo Para La Mejor Fijación De Precio De Venta De La Empresa Agrícola Trigo Limpio SRL., Distrito De Chongoyape, 2015, de la Universidad Señor de Sipán ciudad de Chiclayo- Perú, trabajo para conseguir la profesión de Contador Público, escogió como objetivo general Diseñar una Estructura de Costos de Producción por Hectárea de Maíz Amarillo para la mejor fijación de precio de venta de la empresa Agrícola Trigo Limpio SRL, con un tipo de Investigación no experimental de tipo descriptivo, cuantitativo, cuya población muestral se conforma por cuatro personas, lo cual llevo a conseguir que:

El cálculo de los costos de manera más exacta posible no solo es importante en el sector industrial o comercial, una de las actividades económicas que ha tomado gran baluarte es la agroindustria, donde el principal importe de costo está en los costos por hectárea sembrada que tiene que incluir desde la preparación del terreno hasta la cosecha de los productos, es por ello que se hace de vital importancia contar con una buena estructura de costos que no solo le permita a la empresa determinar el costo total sino también poder realizar comparaciones entre campaña y campaña, identificar algunas herramientas de control, donde se pueden detectar irregularidades con esto se lograra decisiones de los gerentes de forma informada. (p: 01).

Los tiempos son difíciles y la agricultura no está alejada de la aplicación correcta de costos, con la agricultura tecnificada se debe llevar el control estricto de la producción así como los costos incurridos, esto ayuda a poder determinar de maneras más exacta los costos de producción los mismos que ayudaran a la gerencia poder tomar decisiones más acertadas, he aquí donde toma la importancia del caso el tener los costos claros y poder definir para una determinada labor una metodología de costo o una variación de los mismos.

Teorías Relacionadas al tema

Para comenzar esta tarea de Investigación es necesario que como estudiante debemos tener una base para podernos respaldar que dicen los autores de los diferentes libros ya sea físicos o virtuales según el tema que vas a investigar, y entender que quiere decir en sus libros, pues estas herramientas como investigador nos ayudara a profundizar cada tema, como este caso son costos,

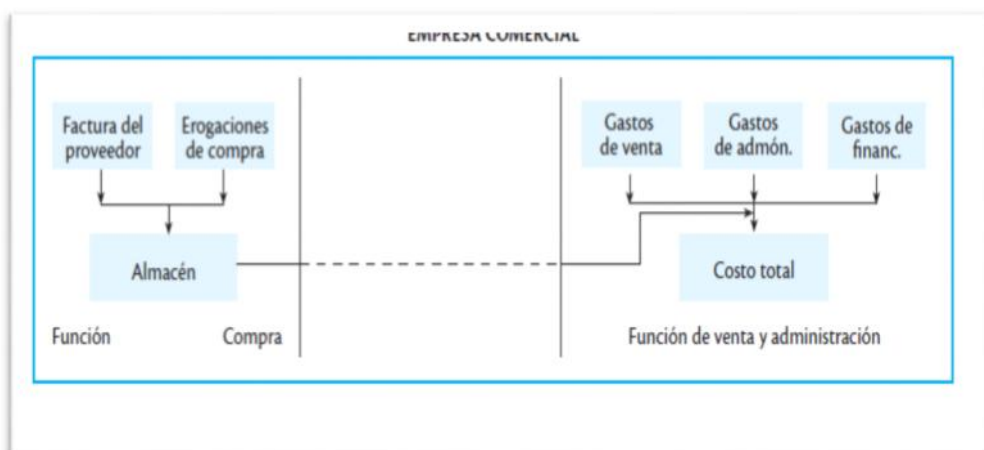
teorías de costos, objetivos, estructura de costos, etc. Pues así llegaremos a tener una correcta estructura de costos y fijar precios de una empresa.

Teóricas de Costos

Para poder Realizar el siguiente trabajo de Investigación recurrimos a diferentes libros como sustento en las teorías, para que puedan tener respaldo a lo que decimos y queremos llegar. Como vemos a continuación.

Empresas Comerciales.

Según García (2016) indica en su libro que las empresas comerciales son un ente muy importante en nuestras vidas es por ellos que su labor es de estar de mediador, ya que el empresario debe o tiene la obligación de comprar todo tipo de artículos dependiendo del rubro del negocio para luego ser revendidos a sus clientes tal como lo compró. (p: 06)



Fuente: Libro de Juan García Colín

Conceptos de costos.

Avolio, Hansen y Mowen (2018) Define al Costo como el valor monetario que las personas comerciantes incurren al momento de gastar su dinero para fabricar un producto o brindar un servicio que en el futuro se desea que nos traigan algún beneficio dentro de la empresa con fines provechosos. Pues estos grandes beneficios siempre apuntan a los ingresos, En consecuencia que la empresa use todos sus costos siempre se sobrentiende que se va morir y a todos esos costos de

ahora en adelante se es denominada gastos. Como se sabe en cada etapa , todos los gastos, se rebajan de los ingresos para que en el Estado de resultado de cada año se pueda encontrar la utilidad del periodo . En.(p: 07)

Altahona (2009) en su libro indica que ,Los costos nos van ayudar para que uno como empresario pueda retribuir sus costos por cada area que paso el producto y ver todos los recursos que utilizo para la elaboración de un producto o servicio [...], los costos son el desprendimiento de dinero que se hace al comprar una cosa, producto, servicio, etc para que en el futuro sea recuperable o nos de algun beneficio en la empresa., lo cual no tenemos que mezclar ningun gasto de operación, por que estos estan simbolizados en gasto de venta y administración. (p:01).

García (2008) señala en su libro, lo cual indica que la contabilidad de costos es la que se encarga de calcular cuánto nos va costar un proyecto, un proceso o la fabricación de un producto, en función a toda esta información que podemos recabar podemos tener en claro cuánto nos saldrá la materia prima, los productos semielaborados , los finales, y sobre todo como rinden los recursos que usamos como en este caso el capital , la mano de obra, y cuál es el valor de los productos que aún están en almacén o stock para poder conocer el punto de equilibrio y los márgenes de rentabilidad de la empresa. (p: 08).

Objetivos de los costos.

Altahona (2009) indica en su libro que que gracias a este podemos saber el control de las operaciones y los costos , informacion oportuna y amplia con el fin primordial de conocer la detrmnacion correcta del costo unitario, que este es esencial para el empresario, ya que sobre el reposa los planes de operaciones y control de gastosde la empresa, , tener implantada una contabilidad de costos trae como consecuencia un control adecuado para las operaciones efectuadas , lo cual se vera con mejoras y eficiencias, que obviamente se deduce en reduccion de costos tanto de produccion, distribuion, administración y financieros, informacion amplia y oportuna, las operaciones y costos bien controlados se suministran en informacion para tomar buenas decciones, lo cual se redundan en el mejor

aprovechamiento de recursos para efectuar estudios[...] , determinación correcta del costo unitario ,se puede decir que el principal objetivo de los costos es la determinación correcta de costo unitario lo cual trae consigo la información amplia y oportuna de los gastos, pues una vez determinada el costo unitario se puede fijar precio de venta aunque pueden estar sujetos a la oferta y la demanda de cada país. (p: 02)

Las asignaciones de costos.

Avolio, Hansen y Mowen (2018) se refiere que la asignación de los costos es de suma importancia, su objetivo es medir y asignar de la manera más exacta posible el costo de los recursos empleados por un objeto de costo. Algunos métodos de asignación de costos son claramente más exactos que otros (p: 08).

Rastreabilidad de los costos.

Avolio, Hansen y Mowen (2018) señala que estos pueden ser rastreados de dos formas una directa y la otra indirecta, pues los costos directos se puede reconocer con mucha facilidad y de una manera muy precisa, mientras que los costos indirectos son lo contrario ya que no se puede reconocer con facilidad al elemento del costo. (p: 8).

Pues cuando uno tiene su empresa debemos saber cómo podemos reconocer los costos se solicita que estos estén retribuidos de una manera económica muy posible. Para lograr esto siempre los costos deben conceder usando relación entre variables. Con el fin de poder asignar costos directo a un producto.

Tipos de costos según volumen de Producción

García (2016) indica en su libro que teniendo en cuenta la actividad empresarial, sea de producción, comercialización, administración o financiamiento, en cada una de ellas, de acuerdo a su magnitud en la producción podemos encontrar 2 modelos de costos (p.250).

Costos Fijos o Costos del Periodo

Son todos aquellos costos que siempre tendrás ya que éstos están constantes, así tu volumen de operaciones aumenta o no, y estos son luz del local, el agua del local, cable, internet, teléfono etc. (p: 250).

Costos fijos de Producción

Son las que permanecen siempre igual ósea firmes, sin importar si cambia o no su volumen de producción por ejemplo, los sueldos y préstamos de los trabajadores de la empresa comercial (p.250).

Costos Fijos de Operación

Son todos los costos que siempre van a mantenerse firmes sin importar el tamaño del volumen de producción, como tenemos a continuación, impuestos, luz, seguros, etc. (p: 250).

Costos Variables

Son aquellos costos que están relacionados con el negocio, es decir si la actividad de tu negocio crece pues tus costos también, y estos pueden ser: el pago de las horas extras a tus trabajadores, Materia prima, insumos, etc. (p: 251).

Costos variables de Producción

Son costos que varía de acuerdo a cómo va la venta de tu negocio si crece o no, entre ellos podemos tener materia prima directa, por ejemplo si yo tengo mi negocio que se dedica a la venta de panes y si mis ventas aumentan cada día, necesitaré comprar más de materia prima como es la harina para transformar mi producto, como consecuente tendré más gasto, pero si mi venta del pan baja, no tendré la necesidad de comprar más harina por lo tanto se reduciría mis gastos. (p: 251).

Costos Variables de Operación o Gasto de venta

Son costos que va cambiar de acuerdo a las variaciones de los volúmenes de venta como pueden ser gastos de viaje, comisiones, propaganda, etc. (p: 251).

Costos de importación.

Mamani (2013) en su documento señala que se denomina todo aquel pago que hace el importador al momento de adquirir su mercadería o bien, ya que debe estimar todo tipo de gasto y pueda desembolsar su dinero para obtener dicho bien. Actualidad empresarial (288), IV-7.

Sin olvidar que esta norma hace de conocimiento (NIC 2), señala en su párrafo 11: que todo costo adquirido debe concebir todo tipo de impuestos que señala la norma. Actualidad empresarial (288), IV-7.

Incoterms

Pues los Incoterms son de suma importancia en lo que es Importación y Exportación, Mamani (2013) en su documento señala que:

Son reglas que se aplican a nivel internacional para que usted pueda comprar y vender sus mercancías, sin importar el tipo cual sea, pues todas aquellas mercancías que sean sujetas de compra y venta entrarán a ser parte de los Incoterms, pues estas reglas nos ayudará a la negociación entre importadores y exportadores, y son reglas que no fueron inventados por los países, sino fue creada por la Cámara de Comercio Internacional. Actualidad empresarial (288), IV-8

Este sirve para facilitar el comercio, se sabe también que la cámara de comercio está en 90 países y este se actualiza para todas aquellas nuevas peticiones que los negocios que importan y exportan han incorporado la práctica comercial Internacional.

Finalidad de los Incoterms

Entre estas están; Buscar establecer reglas internacionales que no son leyes, ya que cada país tiene su propia ley, sin embargo cada país está obligado a usar los Incoterms, lo cual evita confusiones, tan solo imaginémosnos que por cada negociación tenemos que aclarar todo lo que el precio incluye pues sería algo trabajoso, engorroso y fastidioso, contiene un lenguaje común que nos permite entender el precio, el negocio, lo más importante es que nos ayudará a ajustarnos a un precio correcto y no tener dudas en cuánto se me venderá o en cuanto a lo que

estoy vendiendo, en cortas palabras el Incoterms me dice si el producto se ajusta al precio correcto ósea te dice que incluye la mercancía. Actualidad empresarial (288), IV-8.

Tipos de Incoterms

CIF (Costo Seguro Y Flete)

Se usa principalmente para transporte por mar o por vías navegables, pues al momento de negociar el termino CIF es obligación del vendedor asumir todos los costos que conlleven a acondicionar la mercancía para la exportación y suministrar al vendedor la factura comercial de conformidad del contrato de compraventa, el vendedor tiene la obligación de asumir con todo los costos de cargar la mercadería del medio de transporte de origen y el pago de flete secundario hasta llegar a l terminal portuario asumiendo con todos los costos que pueden incurrir dentro de la misma. El exportador pues tiene obligación de entregar todos los documentos relativos a esta, el vendedor debe obtener su propio riesgo y expensas también llevar acabo todos los trámites aduaneros necesarios para la exportación de mercadería . Actualidad empresarial (288), IV-8)

FOB (Libre a Bordo)

Aquí el Exportador carga la mercancía al primer camión, para luego llevarla a la aduana, paga el despacho, y lo llevan hasta el puerto, entonces como es Free On Board, se tiene que coger la mercancía y cargarla sobre el buque y cuando apoya la bodega del buque, es en ese momento que el exportador pierde su responsabilidad ósea se lava las manos y le traspasa la responsabilidad de todos los gastos de transportes y riesgos al importador, es por eso que el importador debe asegurar todos esos seguros para evitar inconvenientes posteriores. Actualidad empresarial (288), IV-8.

CFR (Costo y Carga)

Aquí la empresa vendedora se responsabiliza de los riesgos del transporte, ya que la mercancía se entrega a borde del buque preparada para su descargue y el

documento que justifica la obligación de entrega es el conocimiento de embarque , el BLL, el vendedor asume el costo y el flete para que sea trasladada al puerto de destino, también debe suministrar la mercancía y factura comercial, debe entregar la mercancía pagando todos los costos relativos hasta llegar al punto de entrega, además el pago del flete y entregar al comprador el documento del transporte que siempre usual para el puerto de destino que se haya acordado. Actualidad empresarial (288), IV-8.

Estructura de costos.

Según (Ortiz y Rivero 2006, p.04) Como se sabe para todo inicio de una actividad o negocio va ser a punta de esfuerzo , sacrificio, dinero, tiempo y tener ideas claras, por lo cual el empresario debe identificar primero sus costos, siempre debe tener como idea principal al momento de abrir un negocio, que sus costos deben ser menores a sus ingresos, puesto de otra manera debe ganar más de lo que gasta, he ahí que la estructura de costos cumple su labor muy importante ya que consiste en identificar cuantos nos va costar cada cosa o actividad en que emprenderemos y así determinar el costo total para luego compararlos con los ingresos totales para llegar a saber si vamos a ganar o perder en el nuevo negocio que vamos a emprender.

Según García (2016) en su libro menciona que es muy importante que como empresario debemos fijar dentro de la empresa un diseño de estructura de costos para así saber en realidad “cuanto va ser nuestro costo total de aquel producto que queremos fabricar o emprender en nuestra empresa para poder tener nuestras ganancias y el negocio crezca” (p: 17).

ESTRUCTURA DE COSTOS DE UNA EMPRESA		
SEGÚN LAS FUNCIONES EMPRESARIALES		
COSTO TOTAL		100%
Costos de producción	50%	
Costos de Comercialización	30%	
Costos de venta	10%	
Costos Financieros	10%	

Fuente: Libro de Juan García Colín

Elaborada: Por la Autora

ESTRUCTURA DE COSTOS DE UNA EMPRESA			
SEGÚN SU RELACIÓN CON EL VOLUMEN DE ACTIVIDAD			
COSTO TOTAL			100%
Costos variables		40%	
De producción	20%		
De Comercialización	15%		
Costos fijos		60%	
De producción	15%		
De comercialización	20%		
De venta	20%		
De financiamiento	5%		

*Fuente: Libro de Juan García Colín
Elaborada: Por la Autora*

Teoría de fijación del precio de venta

Concepto de fijación del precio de venta.

Chambergó (Citado en Javier 2016) 2012 Define como las fases que implica las diferentes circunstancias como son los costos, la creación de la empresa, la oferta y la demanda, la situación de las entidades financieras, y también como marcha en el mercado nuestra competencia y una serie de diferentes elementos para poder llegar a fijar los precios de venta del producto.

Avolio, Hansen y Mowen (2018) definen de una forma específica que la fijación de precios como un proceso planificado, pensado ya que no se deja para el último momento para poder fijar el precio, también es un arte y ciencia porque tiene la sensibilidad para entender a mis consumidores y analizar mi mercado, pues este es un proceso estructurado, sistemático en el tiempo, hay que entender que la fijación de precios también es dinámico en el tiempo ya que hay tiendas cambian los precios con una facilidad y cada uno de esos cambios no son al azar porque son precios que se analiza se estudia el mercado local. Pues la fijación de precios es estar atentos en los precios porque día a día cambia de acuerdo al movimiento del mercado y es tarea de todos los días del comerciante. (p: 585).

Importancia de los precios.

Stanton, Etzel y Walker (2007) indica que los precios son de suma importancia en la economía, la mente del cliente o consumidor y dentro de la empresa.

En la Economía

Siempre el precio de todo producto va estar influenciado en el trabajo (salarios), en los tributos, las tarifa de intereses y la utilidad, ya que éste viene hacer el medidor del sistema económico, mientras más alto sea la remuneración del salario ese trabajo será atraído por las personas, como las tasas ms altas atraen al capital, es por ello que el precio determinara la oferta, y las personas que obtengan este bien será considerado como la demanda. (p: 399)

En la mente del Cliente

Antes de pedir algún precio a mis clientes, debo tener propuestas que ofrecer a ellos, ya que debemos saber cómo valorizamos lo que estamos vendiendo, porque podría pasar que eso mi cliente ni lo percibe y no ve como benéfico y por ende no me va comprar. Ya que el cliente tiene el derecho de elegir dónde comprar su productos de acuerdo al criterio que tienen. (p: 340)

En la Empresa

Se compone el ingreso del emprendedor dentro de la empresa de lo que se venda, ósea de los ingresos que yo obtengo de lo que estoy vendiendo, esto quiere decir que mi negocio en gran parte se basa en mi estrategia de precio, ya que me va dar rentabilidad y va ser que mi negocio se sustenta en el tiempo. . (p: 341)

Factores para fijar el precio.

Perez y Perez (2006) Nos mencionan que existen dos tipos de factores tanto interno como externo lo que influyen en la fijación del precio.

Factores Internos que influyen el Precio

Políticas y objetivos de la Empresa: Son las que dependen internamente dentro de la empresa, entre estas tenemos los siguientes:

Política Financiera: Los costes son necesario para cualquier entidad para que funcione, porque estos costes implica una serie de medios por la que se puede llevar a cabo definidad de la meditación, costo de mantenimiento, agua, tipo de cambio pues a veces la empresa no cuenta con recursos he ahí donde recurre a una entidad bancaria y se adeuda para cubrir esos gastos es por ello que juega un papel muy importante para fijar el precio.

Política Personal: Es muy importante saber cómo está organizada mi personal en sus puestos encomendados dentro de la empresa porque me va permitir acomodar mis costos a mi producto y por ende tener un precio final que puedo lanzar al mercado y sea aceptado por mis clientes.

Cartera de Productos de la Empresa: Para todo negocio su principal combustible de negocio son sus productos, lo cual debe tener en variedades si se trata de negocio comercial para poder ofrecer a sus clientes, pero si este no tiene que ofrecer lo que el cliente pida y éste afectara los ingresos para la empresa.

Curva de Aprendizaje: Pues al contar con personas con habilidades y destrezas, permitirán que mi marca sea conocida y elogiada entre las demás y por ende tener una posición mejoren el mercado que el resto de mi competencia, llegando a que crezca mi economía de tal manera este resultado me permitirá fijar el precio de venta.

Políticas de Distribución: Algunas empresas suelen integrar márgenes de distribución para colocarle sobre el precio final de sus producto para el cliente, esto quiere decir que si su producto estaba S/ 10.00 le aumentan un margen de S/ 2.00 para el consumidor, dando un total de S/12.00, ya esto viene hacer política de cada empresa dependiendo si la empresa en propia al fabricar sus productos o simplemente es empresa que compra a otra empresa sus productos.

Factores Externos que influyen en el Precio

La Competencia: Estas marcan las pautas en general del sector a la hora de fijar el precio, a veces la competencia ponen precios bajos como una estrategia tan solo para sacarnos del mercado porque ellos quieren ser líderes con su producto lanzándole al mercado, es por eso que el empresario debe salir al mercado indagar como el cliente percibe su producto y si es que le ofrezco productos de calidad. Pues si yo comparo el precio de la competencia y el mío tendré un aporte de referencia para poder fijar el precio a mi producto.

Agentes económicos suelen intervenir en el proceso productivo

Toda empresa que fabrica su producto suele tener diferentes procesos por donde pasa a mercancía para su propio diseño y elaboración hasta llegar a su proceso final o término y luego al consumidor, estudio de mercado estas etapas o procesos donde se implica una serie de fases, negociadores son para poder fijar el precio a su producto. Entre ellos están los intermediarios, proveedores, clientes y la estructura de mercado.

Estrategias generales para fijar precios.

Campeen (2003) Considera que existen dos prototipo de Fijación de Precios, una basada en el costo y el otro basada en el valor.

Fijación del Precio Basada en el Costo

Fijación de Precios de Costo más margen: El método consiste en agregarle un adicional al costo ya determinado y así obtener un precio de venta ideal para la empresa, es una metodología simple que no brinda las garantías del caso, pero es una de las más empleadas. (p: 04)

Fijación de Precios por utilidades Meta: Al conocerse los costos además de los gastos en los cuales se incurre se puede indicar un margen de utilidad estimado. (p: 04)

Fijación del Precio Basada en el Valor

Se pueden fijar precios basándose en la percepción que los clientes pueden tener de un determinado producto, si el cliente percibe que es un producto de alta calidad y puede satisfacer sus necesidades de manera perfecta se pueden establecer precios altos, un caso de esto son los precios fijados por iPhone, que no basan sus precios tomando como referencia los costos incurridos sino que el área de Marketing permite establecer los precios incluso hasta antes de ser fabricados. (p: 04)

Fijación de precios con el uso del ciclo de vida del costo.

Las empresas que utilizan el costo de sus productos como factor predominante para establecer los precios permiten establecer una cartilla que ayudara a las empresas comerciales a poder identificar la fortaleza de sus operaciones. Blocher, Stout, Cokins y Chen (2008) señalan en su libro que:

En la fijación de precios existe dos grandes corrientes aquellos basados en liderazgo en costos que permiten mejorar continuamente sus procesos y que para poder mejorar su margen de utilidad deben reducir al máximo sus costos, y por otro lado están aquellos que se basan en diferenciar sus productos o servicios y de esta manera generar una ventaja competitiva donde la fijación de precios ya no depende de los costos sino del valor que el cliente perciba un claro ejemplo es Starbucks. (p. 379)

Como no saber que dentro del mercado el empresario siempre va tener como objetivo o tener mentalizado sobresalir dentro de sus competencias ser líderes en el mercado, ya sea teniendo precios de acuerdo al sector de mi mercado. Con precios bajos.

Para los autores Blocher, Stout, Cokins y Chen (2008) Para poder fijar los precios, teniendo información sobre el costo se consideran cuatro tipos de costos.

El costo total de producción más margen de ganancia

Las empresas suelen usar este método, para cerciorarse cuál es el monto de su costo total de producción lo cual suman todos los materiales, mano de Obra, sus costos indirectos de fabricación, una vez encontrado este monto, se adhiere un

porcentaje de margen de ganancia para que este sea lo suficiente y logre tapar todos los costos de operación sumada también el monto de la ganancia, ya que este monto de porcentaje de ganancia se puede calcular mediante como se desempeña la empresa en la práctica para obtener un cierto monto de la utilidad deseada. . (p. 379-380).

Costo de Producción			
Materiales	+		
Mano de Obra	+		
Costos Indirectos	+		
Fabricación			
Costo Total de Producción=			
Precio Basado en el costo total de Producción		<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; display: inline-block;"></div>	×
			porcentaje de margen de ganancia

Elaborado: Por la Autora

El costo del ciclo de vida más margen de ganancia

Éste método se aplica para llegar a fijar los precios de los productos, utilizando todo el costo total del ciclo de vida, lo cual se logra de la siguiente manera pues multiplicando todo los costos del ciclo de vida por el margen de ganancia y ese resultado será nuestro precio que le daremos al producto. (p. 380)

Costo de ciclo de vida totales	×	margen de ganancia	=	Precio
--------------------------------	----------	--------------------	----------	--------

Elaborada: Por la Autora

El costo total de producción y el porcentaje del margen bruto deseado

En este método podemos encontrar fácilmente el precio mediante una proporción de porcentaje que como empresario desearías tener de un margen bruto deseado. (p.380)

Precio	=	$\frac{\text{Costo total de producción}}{(1 - \text{Porcentaje de Margen bruto deseado})}$
--------	---	--

Elaborado: Por la Autora

Rendimiento deseado sobre los activos

Tenemos también otro tipo de método para fijar precios que es muy usada para poder tener una mejor tasa de margen sobre los activos, como podemos observar a continuación. (p.380)

$$\text{Tasa de Margen sobre Activos} = \frac{\text{Utilidades deseadas antes de impuestos}}{\text{Costo del Ciclo de vida de las ventas esperadas}}$$

Elaborado: Por la Autora

Fijación Estratégica de Precios para las Fases del ciclo de Vida de las Ventas

Según los autores Blocher, Stout, Cokins y Chen (2008) consideran en su libro que:

El precio de los productos están supeditados al ciclo de vida de los mismos, estas etapas son predominantes en la fijación de precios, será un precio final distinto, en la etapa de introducción, la de crecimiento y la de madurez, además debemos realizar un análisis exhaustivo de la etapa en la cual se encuentra un determinado producto, de acuerdo a eso se fijan estrategias de precios. (p. 381)

Los autores antes mencionados cuentan con cuatro etapas de los ciclos de vida de las ventas y estas son.

Fase 1: Introducción. En esta primera fase los autores nos mencionan, que debido a la demanda de los productos y cuando no haya mucha competencia en el mercado, dependiendo el rubro comercial, pues las ventas de los productos van ir de aumento en aumento ya que los consumidores y clientes van conociendo y degustando de a pocos el producto que la empresa ofrece. Pues los precios van a variar de acuerdo a la calidad del producto. (p.381)

Fase 2: Crecimiento. Aquí nos hacen mención que toda venta que se ofrece al cliente del producto que ventas, crecen de acuerdo a la aceptación y variedades que puedes ofrecer a tus clientes. Si tu como empresario mantienes ese ritmo y esa estrategia vas a seguir teniendo esa ventaja con tus demás competidores, pero si la

competencia ve tu crecimiento de cada día y observa eso, se percatara de tus debilidades. (P.381)

Fase 3: Madurez. Para esta fase nos hacen referencia que por más que nuestras ventas estén en aumento, la tasa no nos favorece porque decrece, y seguido a eso los competidores del rubro comercial disminuyen cada vez más como también la diversidad de productos que se ofrece al cliente, por ende los precios se decaen, Nuestra competencia siempre se va basar en nuestros costos y el tipo de calidad o servicio que podemos brindamos a nuestros clientes. (p: 381)

Fase 4: Decadencia. Pues en esta fase así como las ventas, como también el precio, y la competencia decrecen. Permanecer dentro del mercado depende únicamente de como manejamos nuestros costos y como lo distribuimos para no salir del mercado. (p.381).

Formulación del Problema

¿De qué manera una estructura de costos fija adecuadamente el Precio de Venta del café en la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C Chiclayo 2018?

Justificación del estudio

Justificación Social:

Mediante la Investigación se brindó una herramienta que reforzara al negocio a acrecentar su costo, lo cual lo va permitirá entrar con más fuerza al mercado chiclayano, dando más trabajo a personas para que puedan solventar sus necesidades de la carga familiar, y así ellos con esta propuesta de estructura de costos puedan tomar buenas decisiones para el bien de la empresa y pueda ser líder en su rubro y así lograr sus objetivos. Mejorar a las demás empresas que están vinculadas al café.

Es por ello que el presente trabajo se desarrollara para poder disfrutar de una estructura de costos, para de una u otra forma y con el tiempo llegar a más mercados en el Perú.

Justificación Metodológica:

En el presente trabajo de investigación se empleó la técnica de la entrevista y Análisis Documental, la cual nos va sirvió para recaudar y analizar datos, para saber la situación real de cómo la empresa maneja su estructuras de costeo y cómo fijan sus precios de venta, pues mediante la guía de observación nos ayudó a obtener información que es lo que realmente sucede dentro de la empresa, mediante el estudio documental de todo el costo y sus fichas textuales, documentos, comentarios, etc. Todos estos métodos lograron contribuir las herramientas necesarias de instrumentos para la acumulación de datos para obtener una buena investigación y un propósito adecuado que sea válida y confiable.

Justificación Práctica

Mediante esta tarea de investigación se presentó una oportunidad de propuesta a la empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C, para poder dar solución a su problema de una manera específica, que permita que la empresa pueda fijar sus precios de venta, y pueda entrar con fuerza a distintos puntos de mercados y que pueda genera mayores ganancias, El trabajo servirá de gran importancia tanto para la empresa como para mí, ya que nos servirá cuando uno quiere formar su propio negocio.

Hipótesis

Una Estructura de Costos fija eficientemente el precio de venta del café en la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C Chiclayo 2018.

Objetivos

Objetivo general

Proponer una estructura de costos para determinar el precio de venta del café en la Empresa Importadora & Exportadora Yelitza & Youssef S.A.C. Chiclayo 2018.

Objetivos específicos

Efectuar un diagnostico situacional económico de la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C. Chiclayo 2018.

Analizar los Costos para determinar el precio de venta del café de la empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C Chiclayo 2018.

Diseñar una Estructura de costos tendiente a la fijación del Precio de venta de la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C Chiclayo 2018.

CAPITULO II

MÉTODO

II. MÉTODO

2.1 Tipo y Diseño de investigación

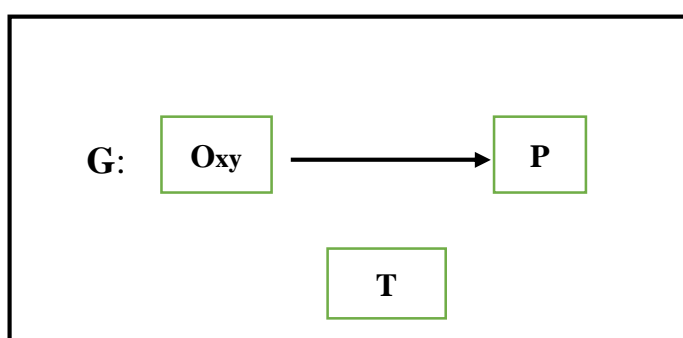
Tipo de Investigación

El trabajo de investigación dado su naturaleza es de modelo descriptivo. Según Hernandez , Fernández y Babtista (2016) señalan que la” finalidad de un investigador consiste en detallar cada situación , fenomeno, sucesos , de como se manifiestan, el estudio descriptivo busca, indaga de cómo determinar peculiaridades y propiedades muy considerables de todo tipo de prodigio que se analice,especifica tendencias de un población”.(p.92).

Diseño de Investigación: No Experimental

El diseño del trabajo de investigación es No Experimental , por que no se realizó modificación alguna de las variables en estudio. Segun Hernandez , Fernández y Babtista (2016) afirman que el diseño es “ Un objetivo o una tactica para alcanzar la indagación que se quiere en una averiguación ”. (p.128). Pues si el diseño que escojimos esta hecha cuidadosamente, el producto final del estudio será un éxito.

El diseño del presente trabajo de Investigación se presenta de la siguiente manera:



Dónde:

G: Grupo de observación: Empresa Importadora y Exportadora Yelithza & Youssef S.AC

Oxy: Observación: De los Costos y del Precio de Venta

P: Propuesta de una Estructura de Costos

T: Teoría de Los Costos

2.2 Operacionalización de Variables

Variables

Estructura de costos (X)

Fijación de Precios de Venta (Y)

Variables	Definición
Variable Independiente: Estructura de Costo	Según Ortiz y Rivero (2006) definen que pensar estructura de costos,” en identificar cuantos nos va costar cada cosa o actividad en que emprenderemos y así determinar el costo total para luego compararlos con los ingresos totales para llegar a saber si vamos a ganar o perder en el nuevo negocio que vamos a emprender, [...]” (p. 04).
Variable Dependiente: Fijación de precios Venta	Avolio, Hansen y Mowen (2018) definen de una forma específica que la fijación de precios “Como un proceso planificado, pensado ya que no se deja para el último momento para poder fijar el precio, también es un arte y ciencia porque tiene la sensibilidad para entender a los consumidores, analizando mi mercado, pues este es un proceso estructurado, sistemático en el tiempo, la fijación de precios es también dinámico en el tiempo [...]” (p: 585).

Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnica / Instrumento de recaudación de datos
(Variable Independiente) Estructura de Costos	Costos Fijos	Alquiler	Entrevista / Guía de Entrevista Análisis documental / Guía de análisis documental
		Depreciación	
		Sueldos Administrativos	
	Costos variables	Costo de Reparto /	
		Transporte	
		Valor CFR	
		Derechos Arancelarios	
(Variable Dependiente) Fijación de Precio de Venta	Mercado	Análisis de Competencia	Análisis Documental / Guía de Análisis Documental
		Margen del Sector	
	Margen de Utilidad	Costo de oportunidad	

Elaboración Propia

2.3 Población , muestra y muestreo

Para la Entrevista

Población: La población se halla constituida por los 4 trabajadores de la empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S: A .C en la ciudad de Chiclayo año 2018.

El tamaño poblacional es de 4 Trabajadores. Ver tabla 1

Tabla 1. Cargo de cada uno de los trabajadores de la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C Chiclayo 2018.

Cargo Laboral	N° de Trabajadores
Gerente	1
Contador	1
Personal de apoyo	2
Total	4

Fuente: Administración de la Empresa

Muestra: La muestra está conformada por la Gerente y el Contador de la Empresa Importadora y Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C Chiclayo año 2018.

Para el análisis documental

Población: La Población está conformada por los documentos de la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C, desde su constitución en el año 2010 hasta el 2018 en la ciudad de Chiclayo Región Lambayeque.

Muestra: La muestra está constituida por los EE. FF del año 2016 y 2017 de la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C Chiclayo del año 2018.

Muestreo: El muestreo del siguiente trabajo de Investigación solo son 3 trabajadores de la empresa. Según Hernandez , Fernández y Babtista (2016) afirman que el Muestreo es el “para todo trabajo de Investigación se debe utilizar este método para seleccionar la muestra del total que tenemos de población, con

la finalidad de estudiar esta muestra sus características , componentes, para llegar a saber qué es lo que realmente está sucediendo.”. (p.175).

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de daros, validez y confiabilidad

Técnicas e instrumentos

Entrevista: Es una herramienta de gran ayuda para el investigador, según Hernandez , Fernández y Babtista (2016) señalan que “Es una método, y/o instrumento, procediendo donde se va recolectar datos [...], inmediata y personal, Pues suele mantener una conversación sólida y con respeto, entre dos personas, en el cual se denominara el entrevistado y el entrevistador, éste tiene como finalidad obtener información” (p.403). Lo ventaja que se puede tener es que podemos apreciar sus puntos de vista según cada respuesta que nos vaya dando en el mismo momento ya que se puede desplazar libremente.

Guía de Entrevista

La presente guía de entrevista se aplicó al Gerente General y al Contador de la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C en la Ciudad de Chiclayo año 2018, y tiene como objetivo reunir reporte, información acerca de los costos y el precio de venta .A raíz de lo anterior, se formularon 15 preguntas al Contador y 10 preguntas al Gerente de tipo abiertas que evalúa las dimensiones. Ver anexo 01.

Análisis Documental: Es una manera más práctica que ayuda al investigador a encontrar información exacta y clara, según Hernandez , Fernández y Babtista (2016) señalan que un Análisis documental es un “Proceso donde se analiza e interpreta un documento original, para luego dar lugar a un nuevo documento”, (p.415). Es decir que el investigador interpretará y analizará la información de esos documentos, para dar una información más resumida, sintetizada y detallada para la persona que solicita tal información, y estos documentos o elementos pueden ser, cartas , diarios personales, fotografías, grabaciones, videos, documentos financieros, etc.

Guía de Análisis Documental

La presente guía se aplicó a los Estados Financieros de la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C en la ciudad de Chiclayo año 2018, lo cual tiene como objetivo recolectar información de dichos documentos y dar a conocer de una forma más clara y precisa.

Validación

En su libro los autores Hernandez , Fernández y Babtista (2016), detallan como validez “ El nivel donde un instrumento va tener que medir claramente la variable que se busque medir” (p.200). cabe mencionar que la validez que es una característica mas importante que tiene una prueba.

Para validar los instrumentos, análisis documental y guía de entrevista, se utilizó la técnica de validación, por juicio de expertos.

Para el proceso de validación se recurrió a 3 docentes de la Universidad Cesar Vallejo Chiclayo 2018.

Hugo Callantes Palomino, Magister en Contabilidad, Docente en la UCV

Segundo Suarez Gasco, Magister en Contabilidad, Contador y Administrador. Empresa Virgen del Carmen E.I.R.L.

Alex Percy Chávez Tovar, Magister en Contabilidad, Contador en Estudio Chávez Tovar S.A.C

2.5 Procedimiento

En su libro los autores Hernandez , Fernández y Babtista (2016) señalan que procedimientos son “fases, periodos, trayecto, tramos para procesar datos, ya que nos van ayudar a definir cómo podemos analizar toso esos datos, cuadros estadísticos, para llegar a una meta u objetivo para esta investigación” (p.172). Para este trabajo de investigación se ha utilizado el programa de Excel lo cual nos ayudó en nuestras tablas y gráficos para poder plasmarlas.

2.6 Métodos de análisis de datos

Método Analítico

Pues este método nos permitirá entender o comprender la esencia de un todo, es por ello que Según Ruiz (2007) define como:

La separación de un todo, lo cual se va tener que separar todas las partes y elementos que pueda tener, para poder ser observarlos detalladamente sus causas consecuencias, lo cual lo lograremos mediante la observación que así podremos llegar a fondo, examinando sigilosamente un hecho en particular, es necesario y primordial conocer su nacimiento del fenómeno al que vamos a estudiarlo, para luego poder ser explicado claramente, Para así constituir nuevas teorías y versiones. (p.13).

Se considera que todo análisis inicia de lo preciso a lo impreciso, es así que se debe tener en cuenta que para entender la naturaleza de un todo se debe comprender absolutamente todas sus partes, en el presente trabajo, se aplicó este método para la elaboración del Capítulo Resultado.

Método Deductivo

Según Ruiz (2007) en su libro señala que el Metodo Deductivo “Se formula una teoría, que a través de los hechos a posteriores se intenta confirmarla, esto significa que pasa de afirmaciones teórica y se espera justificarla racionalmente a partir de hechos que son buscadas especialmente para eso, este método fue formulado reconociendo valorando profundamente la imaginación del científico” (p: 20). Este método nos va ayudar a describir todo tipo de consecuencias desconocidas de principios conocidos, nos va ayudar a deducir lo que se somete a prueba consecuencias particulares y contrastables a través de experimentos, es decir lo que se somete a prueba son las consecuencias contrastables de las hipótesis.

2.7 Aspectos éticos

Respeto y valoro los derechos de cada ser humano, ya que es fundamental tener en cuenta los valores porque son valores dados por el estado que tiene como soporte la indagación de la libertad, , la seguridad y la solidaridad, justicia, igualdad, idioma sexo, raza, lo cual hacemos prevalecer todo derecho de las personas.

En este trabajo de investigación se estima que para todas las personas que tratan de informarse mediante este trabajo, siempre el investigador tratará en todo momento dar a conocer siempre la verdad.

Igualmente, en cada párrafo del trabajo de investigación (antes, durante y después de cada procedimiento) se ha respetado todo tipo de privacidad a través de

incógnita de todos las personas de investigación.

Responsabilidad y libertad: Estos valores indican que toda persona es totalmente libre de decidir que conocimientos debe tomar para poner en el trabajo de investigación a base de hechos reales, teniendo en cuenta que puede desplazarse desde su propia libertad, la cual debe ir de la mano con el valor de la responsabilidad

Por ende en este siguiente trabajo de investigación se hizo presente uso de estos valores, para que el que se va informar tenga total claridad y entendimiento, ya que se tiene la pretensión de que sea entendida la verdad sin confusión.

Principio de sociabilidad y subsidiaridad: Este es un principio donde impone a que debemos respetar pase lo que pase los derechos de todo ser humano, porque sabemos que nuestra sociedad se beneficia de todas las personas. Subsidiaridad quiere decir que estamos en la obligación de tender la mano a las diferentes necesidades que los demás puedan necesitar, pero siempre y cuando no pasemos de esos derechos es decir sin pisar sus decisiones, como están en la obligación las instituciones del gobierno atender a la gente más necesitada o de bajos recursos. Por consiguiente la persona investigador está en la obligación de que los resultados que presenta en este trabajo sean abiertos al escrutinio y que de análisis crítico al público, lo cual se debe respetar siempre la propiedad de la información y la confidencialidad.

CAPITULO III

RESULTADOS

III. RESULTADOS

Diagnostico Situacional Económica de la Empresa

Resultado de la Entrevista al Contador de la Empresa

Con la finalidad de diagnosticar la situación Económica de la empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C., se realizó una entrevista al contador, el pliego de preguntas y respuestas se muestran a continuación, de acuerdo a las dimensiones de la variable.

Costos Fijos

1. ¿Cómo el Contador de la Empresa cómo clasifica los Costos de su Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C?

Nosotros en la empresa los clasificamos en Costos de mercadería y los costos vinculados con la compra de la misma hasta llegar a los almacenes del local, el resto de Costos están clasificados como gastos.

2. ¿Cuáles son los Costos que más Incurre dentro de la empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C?

Los Costos que más Incurre la empresa es la Compra de Mercadería (Según Factura Comercial).

3. ¿En qué tiempo determinan la depreciación de sus activos de la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C?

La empresa utiliza las tablas de Sunat como referencia, para evitar tener problemas Tributarios y este permite tener cuentas claras, en este caso por ser una empresa comercial el costo de depreciación es bajo y por ende no tiene mayor incidencia en el gasto.

Análisis

Al analizar la entrevista al contador nos menciona que la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef clasifica el Costo de Ventas en Costo de Mercadería que por tratarse de una empresa comercial representa el porcentaje más alto del costo total y Otros Costos en lo que incurre hasta que esta está

disponible para la venta, dentro de estos costos vinculados se puede apreciar un gran porcentaje en el transporte de la mercadería , debido a los inconvenientes que se suscitan por la ubicación de la empresa. Y con la finalidad de no tener problemas tributarios aplican depreciación de acuerdo a las tablas de SUNAT, de esta manera se evita tener diferencias temporales o permanentes.

Costos Variables

4. ¿Cómo calculan su costo de Transporte para repartir su mercadería a los clientes?

La empresa calcula sus costos de Transportes por caja entregada, haciendo distinción en los costos el mismo departamento (S/ 3.00 por caja) y los de entrega a provincias que para apoyo de la empresa, cuenta con unidades de reparto a provincias, llegando

5. ¿Qué tan útiles le resulta los Incoterms que pacto con su proveedor?

La Empresa considera que esta conforme (CFR) y que es apropiado ya que se entrega la mercadería en puerto y el seguro conseguido es a bajo costo.

6. ¿Qué tipos de gasto incurre para el traslado de la mercadería de importación hasta su almacén?

La Empresa incurre en los siguientes gastos, avisos de llegada, Almacén temporal, Agentes de Aduana, Transporte hasta el almacén del Chiclayo, cuadrilla para desestiba.

7. ¿Considera usted que sería necesario conocer todos los costos y gastos que se incurre, para poder fijar su precio de venta del café y tomar buenas decisiones?

Por supuesto que sí, de esa manera la Empresa permitiría tener claro el Margen de Ganancia, y tomar buenas decisiones en cuanto a las ventas marginales que podrían existir en otros departamentos del País.

Análisis

El Contador hace mención que la empresa Calcula sus Costos de transporte para repartir su mercadería a sus clientes pagan por caja entregada S/ 3.00, según a entrevista nos mencionan que están muy satisfechos con el Tipo de Incoterms Pactados por su proveedor, debemos de tener en cuenta que los Incoterms son de mucha Importancia en los Negocios de Exportación e Importación ya que son un conjunto de reglas internacionales que ayudan tener las condiciones claras de negociación, además de acuerdo a esto podemos determinar de manera clara los gastos adicionales como son los servicios de agente de aduanas, el seguro de la mercadería, entre otros que se calculan tomando como base el valor de la mercadería. Además comprenden la importancia de tener el costo de la mercadería claro para su toma de decisiones.

Mercado

8. ¿Usted toma en cuenta los precios de la competencia para fijar el precio de venta del Café?

Nosotros como empresa no Cogemos el precio de la competencia.

9. ¿Al momento de establecer su precio del Café existe algunas limitaciones o percances?

Si, ya que se sacan los costos en cada viaje, no teniendo el mismo precio para cada envío de mercadería.

10. ¿Los precios que fija a su producto le permiten alcanzar sus metas y objetivos trazados?

Hasta la fecha si se han podido alcanzar todo eso, a pesar de que no se tiene el mismo margen en todos los envíos de mercadería.

11. ¿Los precios que usted percibe teniendo en cuenta el análisis de la competencia le ha ocasionado bajas ventas?

Como no se tiene en cuenta la competencia para medir el precio, este aspecto no es relevante para la empresa, debido a que seguimos siendo uno de los café con buen sabor y precios súper competitivos.

12. ¿A qué tipo de sector venden su producto en el mercado?

Por el costo del mismo se comercializa a un segmento económico C, D, E, donde está el mayor consumo, y solo se comercializa la versión económica de este Café sobre de 10 gramos.

Análisis

Al analizar las respuestas de esta dimensión nos percatamos que la Empresa No toma en cuenta los precios de la Competencia para Fijar sus precios, por ahora el precio que se maneja es bueno para el sector al que está dirigido, los precios que ellos llegan a fijar a sus productos ha logrado alcanzar sus metas, pero desearían tener en claro un costo estable para poder fijar precios y de esta manera poder proyectar ingresos sin tener tanta distorsión, también menciona que en ocasiones tienen algunas inconvenientes para poder fijar el precio de su producto, ya que el precio por cada envío de mercadería no es el mismo, los sectores a quienes ellos venden sus productos es al segmento Económico C,D,E, sectores donde se encuentra la mayor parte de la población por lo tanto el mayor consumo.

Margen de Utilidad

13. ¿El margen Obtenido es el deseado?

Sí, pero desearíamos saber cuánto es el margen de ganancia exacto de manera anticipada, para prever alzas.

14. ¿Desearía conocer el precio idóneo para poder vender su producto de Café?

Sería conveniente conocer el monto exacto del costo y así poder determinar un precio marginal que se pueda aplicar en las otras zonas donde aún no se tiene incidencia.

15. ¿La empresa obtiene el resultado esperado en cada periodo?

Consideramos que sí, y así lo refleja nuestro Estados Financieros.

Análisis

El Contador nos menciona que ellos desearían saber cuánto es el margen de ganancia exacto para todos los viajes, pese a que para ellos si se conforman con lo que obtienen que hasta la fecha es aceptable y que también quisieran conocer el precio exacto para poder vender su producto, y para ellos deberían tener claro el costo de su producto. De esta manera podrían aplicar descuentos, a ventas adicionales que se puedan tener en otras zonas del país.

Resultados del Análisis Documental

Tabla 2. Balance General año 2016 y 2017 de la empresa de Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C

	2016	2017
ACTIVO		
ACTIVOS CORRIENTES		
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	451495	1390986
Cuentas por cobrar Comerciales.	191837	126290
Cuentas x cobrar vinculadas	264586	
Otras cuentas x cobrar		
Existencias	90299	89456
Total Activos Corrientes	998217	1606732
ACTIVO NO CORRIENTE		
Inmuebles, maquinarias y equipo	182821	200608
Otros Activos	202829	247238
Total Activos no Corrientes	385650	447846
TOTAL ACTIVO	1383867	2054578
PASIVO Y PATRIMONIO NETO		
PASIVO CORRIENTE		
Sobregiros Y Pagars Bancarios	547308	973500
Otras cuentas por pagar	753	7669
Total Pasivo Corriente	548061	981169
PASIVO NO CORRIENTE		
Obligaciones Financieras	-	-
Cuentas por pagar diversas	-	-
Total Pasivo no Corriente	-	-
TOTAL PASIVO	1096122	1962338
PATRIMONIO NETO		
Capital	500000	500000
Resultados Acumulados	335806	573409
Resultado del Ejercicio		
Total Patrimonio	835806	1073409
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1383867	2054578

Fuente: Análisis Documental

La tabla 2 presenta el Estado de Situación Financiera de los años 2016 y 2017, donde se observa que la cuenta de Efectivo y Equivalente de efectivo es bastante elevada de un año a otro, la suma de S/451,495.00 para el año 2016 y S/1,390.986 para el 2017, pero también se puede observar que la empresa se apalanca con el banco para la compra de mercadería con un total de S/

547,308.00 para el año 2016 y S/ 973,500.00 para el año 2017, esto refleja que la empresa no solo trabaja con capital propio, se observa una gran incremento del total de activos del año 2017 e referente al año 2016, en el año 2016 se observaba un cuenta por cobrar a vinculada, según el contador indico que se trataba de un préstamo realizado a la gerente, que para el año2017 la gerente realizo la devolución total de este préstamo lo que también beneficio a incrementar la liquidez de la empresa.

Tabla 3. Estado de ganancias y pérdidas por función de la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C año 2016 y 2017

DESCRIPCIÓN	2016	2017
Netas (ingresos operacionales)	S/. 4,227,881.00	S/. 6,104,446.00
grosos Operacionales		
Total de Ingresos Brutos	S/. 4,227,881.00	S/. 6,104,446.00
de ventas	S/. 3,773,569.00	S/. 5,331,349.00
Utilidad Bruta	S/. 454,312.00	S/. 773,097.00
Operacionales		
os de Administración	S/. 79,903.00	S/. 230,235.00
os de Venta	S/. 70,948.00	S/. 105,444.00
Utilidad Operativa	S/. 303,461.00	S/. 437,418.00
grosos (gastos)		
os Financieros		
os Financieros	S/. 72,507.00	S/. 100,392.00
grosos		
astos		
os por Exposición a la Inflación		
Resultados antes de Participaciones,	S/. 230,954.00	S/. 337,026.00
ultados antes de Partidas Extraordinarias		
os Extraordinarios		
Extraordinarios		
Resultado Antes de Interés Minoritario	S/. 230,954.00	S/. 337,026.00
dad (Pérdida) Neta del Ejercicio	S/. 230,954.00	S/. 337,026.00

Fuente: Análisis documental

En la tabla 3 se presenta el Estado de Ganancias y Pérdidas de los años 2016 y 2017, donde se puede apreciar que tuvo un incremento considerable, en Ventas con un total de S/ 4, 227,881.00 para el año 2016 y S/ 6, 104,446 para el año 2017, como el Margen de Utilidad S/ 230,954.00 para el 2016, y S/ 337,026.00 para el 2017. Estos resultados traen relación con el apalancamiento, los gastos por concepto de administración se han visto incrementados de manera significativa debido a la contratación de un administrativo y un vendedor, que ayudo a mejorar la cantidad de ventas, los gastos financieros también sufrieron un incremento esto se debe al apalancamiento financiero que se observa en el balance general.

Tabla 4. Costos Vinculados a la compra

COSTOS VINCULADOS A LA COMPRA	2016	Porcent aje	2017	Porcent aje
Alquiler de Local José Pardo 112	30,000.00	26%	30,000.00	20.07%
Seguro de mercadería	9,800.00	9%	11,760.00	7.87%
Luz del Almacén José Pardo 112	2,520.00	2%	2,520.00	1.69%
Almacén Temporal de aduanas	11,760.00	10%	18,312.00	12.25%
Agua Almacén José Pardo 112	1,800.00	2%	1,800.00	1.20%
Agencia de aduanas	10,800.00	9%	14,657.00	9.81%
Transporte de Paita hasta local comercial José Pardo 112	48,400.00	42%	70,400.00	47.11%
Total	115,080.00	100%	149,449.00	100%

Fuente: Análisis Documental de la Empresa

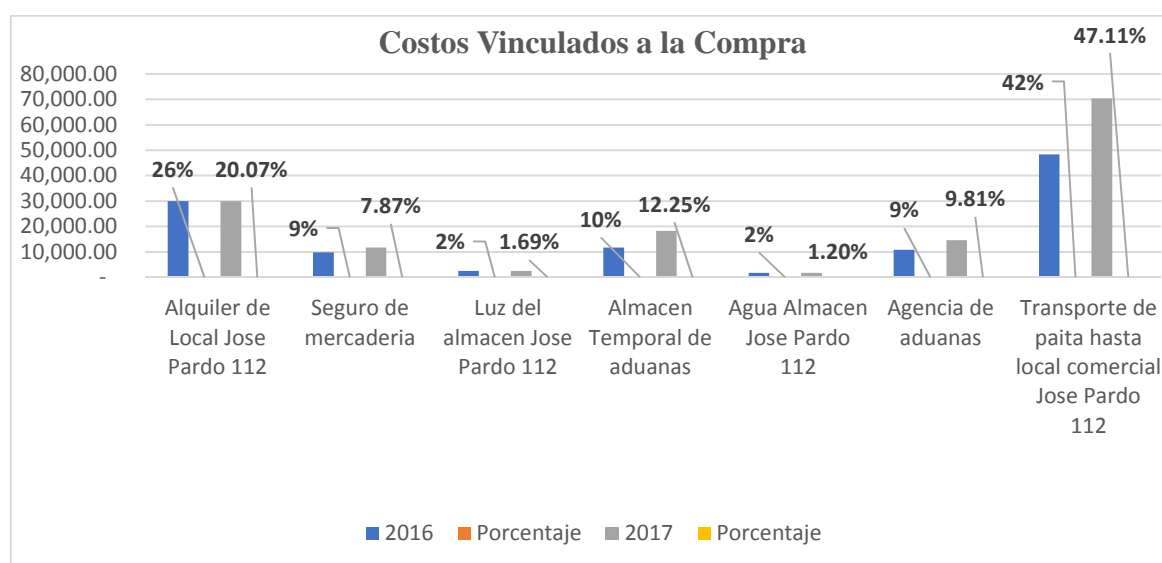


Figura 4: Costos Vinculados a la Compra de la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C.

En la Tabla 4 se presenta los costos vinculados a la compra teniendo como referencia los años 2016 y 2017 y el costo más alto en ambos años es el servicio de Transporte de Paita hasta el local comercial con un porcentaje de 42% para el 2016 y 47.11% para el año 2017. Ver Figura 3.

Tabla 5. Costo de factura Según Incoterms

COSTO EN FACTURA SEGÚN INCOTERMS	2016	Porcentaje	2017	Porcentaje
Mercadería	3,610,089.00	98.68%	5,119,800.00	98.76%
Flete Internacional	48,400.00	1.32%	64,500.00	1.24%
COSTO DE LA MERCADERIA SEGÚN INCOTER	3,658,489.00	100.00%	5,184,300.00	100.00%

Fuente: Análisis Documental de la Empresa

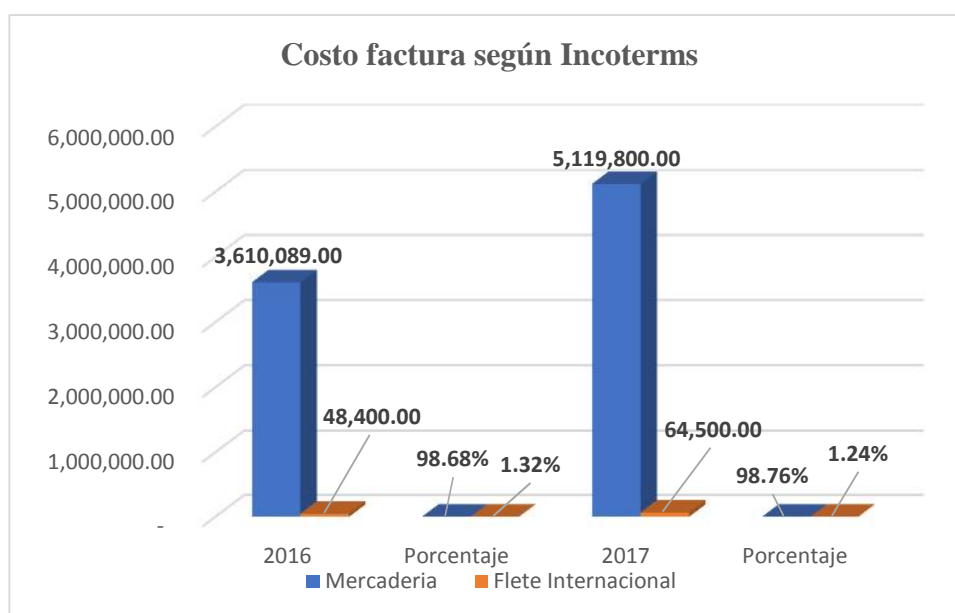


Figura 5: Costo factura según Incoterms de la Empresa

En la tabla 5, se presenta el costo factura según Incoterms podemos apreciar que el costo que más incurre es el costo de la mercadería para ambos años, en el 2016 con un porcentaje del 98.68% y en el 2017 con un porcentaje del 98.76%. Ver figura4.

Tabla 6. Costo total de Mercadería año 2016 y 2017

Costo Total de Mercadería	2016	Porcentaje	2017	Porcentaje
Costo en Factura Según Incoterms	3,658,489.00	96.95%	5,184,300.00	97.20%
Costos Vinculados Con la Compra	115,080.00	3.05%	149,449.00	2.80%
COSTOS TOTALES ANUALES (COSTO DE VENTA)	3,773,569.00	100.00%	5,333,749.00	100.00%

Fuente: Análisis Documental de la Empresa

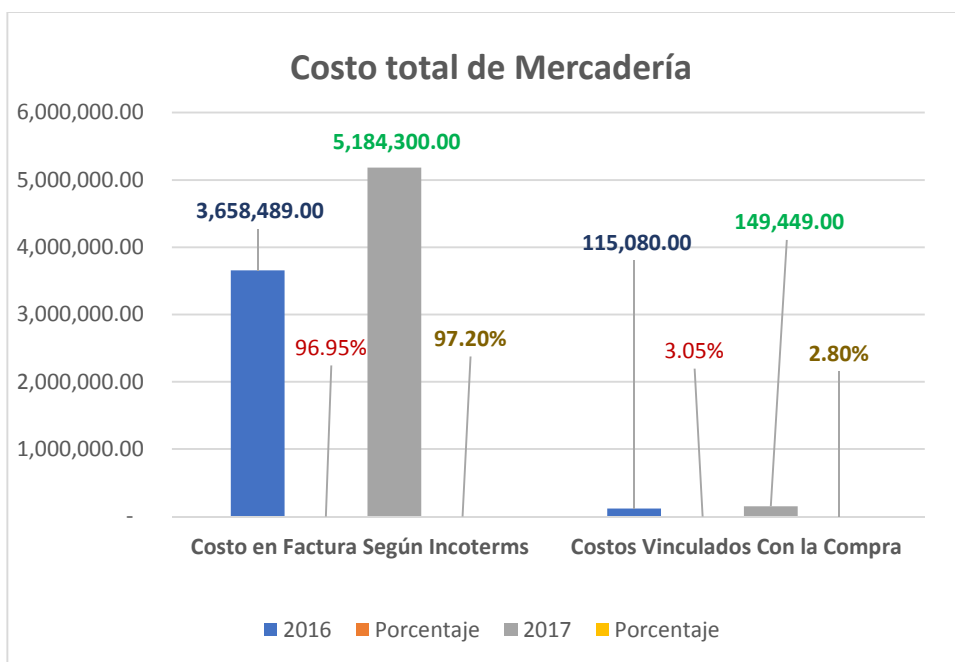


Figura 6: Costo total de Mercadería correspondiente al año 2016 y 2017

En la tabla 6, se observa como la empresa divide sus costos en costo factura según Incoterms, se puede indicar que el mayor costo que tienen en ambos años es el Costo en factura según Incoterms con un porcentaje de 96.95% para el año 2016 y el 97.20% para el año 2017. Ver figura 6

Tabla 7. Tabla de Depreciación según Sunat

BIENES	PORCENTAJE ANUAL MAXIMO DE DEPRECIACIÓN
Ganado de trabajo y Reproducción; Redes de Pesca	25%
Vehículo de Transporte Terrestre (excepto Ferrocarriles)	20%
Maquinaria y Equipos utilizados por las actividades mineras	20%
Equipos de Procesamiento de datos	25%
Maquinaria y Equipos adquirido a partir del 01.01.1991	10%
Otros bienes del activo fijo	10%

Fuente: Sunat 2018

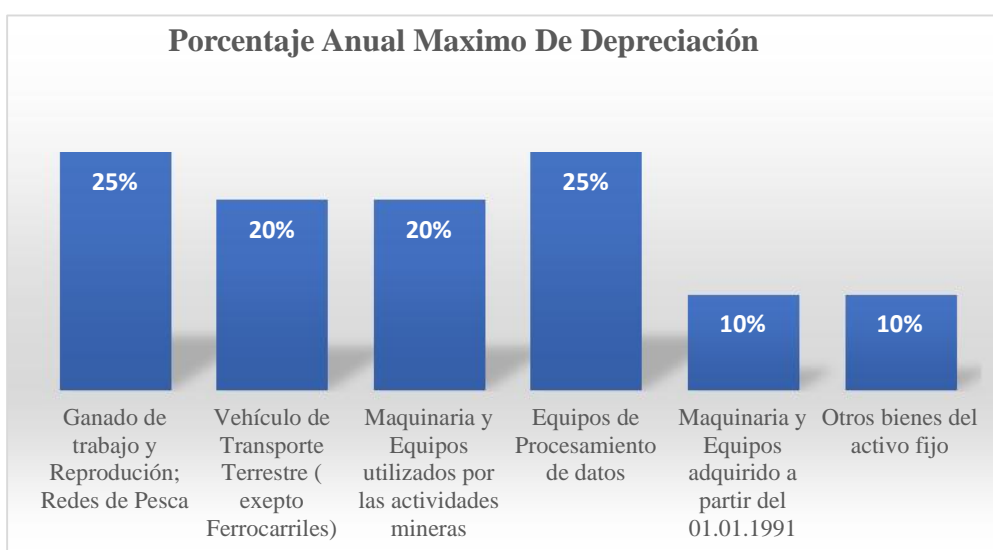


Figura 7: Porcentajes de Depreciación de Activos Sunat 2018

En la tabla 7, se presenta las depreciaciones según Sunat, y la empresa toma en cuenta dichos porcentajes para la depreciación de sus Activos. Ver figura 7.

Tabla 8. Tabla de precio en que venden y el Mercado

Ítems	Importadora	Competencia
Precio S/	S/ 0.90	S/ 1.00
Porcentaje de mercado	60%	40%

Fuente: Análisis Documental

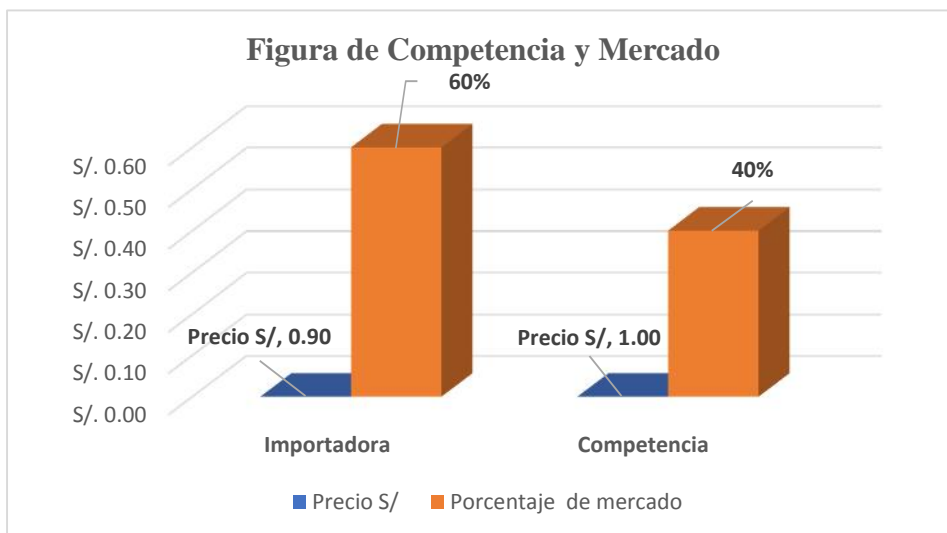


Figura 8. Tipo de Mercado y los Precios que venden el producto.

En la tabla 8, se representa los precios de como venden la empresa y la Competencia, y se observa que la competencia venden a S/ 1.00, y la empresa a S/ 0.90. Se puede decir que la empresa Competitiva tiene un poco elevada sus precios que la empresa Importadora. Ver figura 8.

Tabla 9. Tabla de Margen de Utilidad

Año	Margen de Utilidad	Porcentaje de Incremento
2016	S/. 230,954.00	100%
2017	S/. 337,026.00	146%
Total	S/. 567,980.00	

Fuente: Análisis Documental del Estado de Resultado

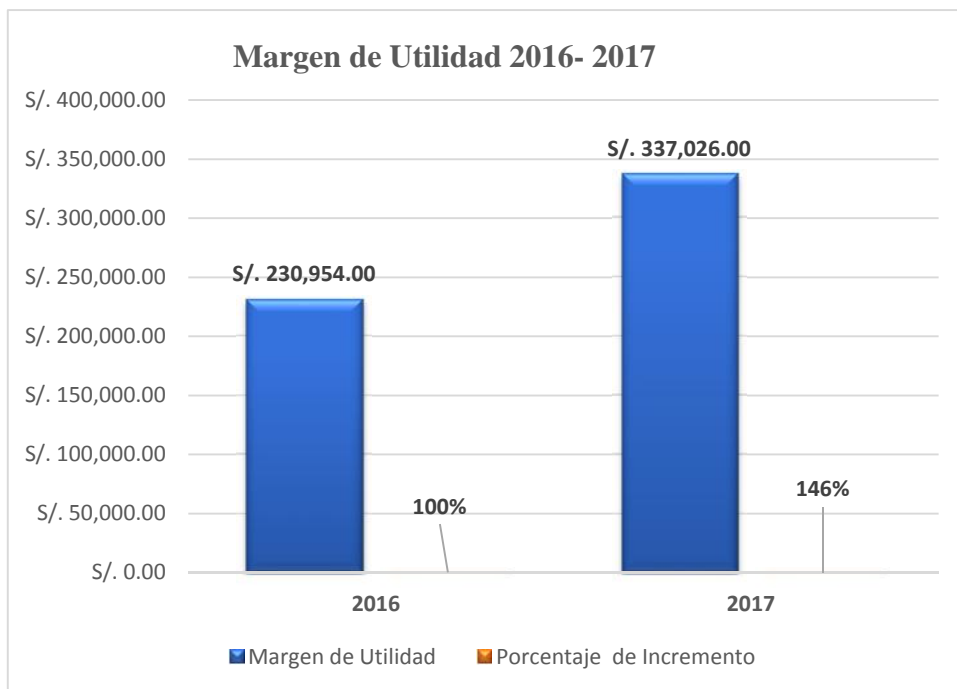


Figura 9: Margen de Utilidad de la Empresa Importadora & exportadora Yelithza y Youssef S.A.C declaradas en los años 2016 y 2017.

En la tabla 9, se presenta el margen de Utilidad de dos años, tomando como base el año 2016 con respecto al año 2017, y se puede observar que en el año 2017 hubo un incremento del 46%. Ver figura 9.

Tabla 10. Tabla de Ventas Netas

	2016	2017	Total
Ventas Netas	S/. 4,227,881.00	S/. 6,104,446.00	S/. 10,332,327.00
Porcentaje de Incremento	100%	144%	

Fuente: Análisis Documental del Estado de Resultado declaradas en los años 2016 -2017

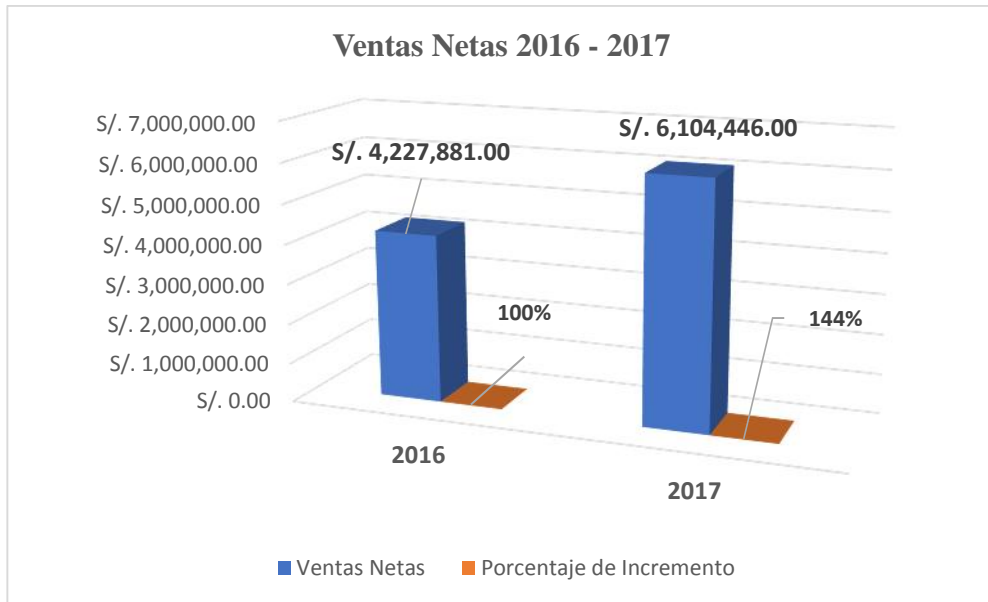


Figura 10: Ventas Netas Declaradas en el año 2016 y 2017

En la tabla 10, se presenta las ventas declaradas de dos años, tomando como base el año 2016 con un total de S/ 4227,881.00 y para el año 2017 un total de 6 104,446.00, que comparado se pudo observar un incremento del 44%, lo cual es muy favorable para la empresa. Ver tabla 10.

Análisis de los Costos para Determinar el Precio de Venta del Café de la Empresa.

Resultado de la Entrevista al Gerente de la Empresa

Con la finalidad de analizar los Costos para determinar del Precio de Venta del café de la empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C., se realizó una entrevista al Gerente, el pliego de preguntas y respuestas se muestran a continuación, de acuerdo a las dimensiones de la variable.

Costos estructurados.

1. ¿Maneja alguna Estructura de Costos en su Empresa?

La empresa NO cuenta con una estructura de costos

2. ¿El salario está de acuerdo a las funciones de cada trabajador?

El sueldo si está de acuerdo según las funciones de cada trabajador ya que están por encima del mercado cada uno de sus sueldos.

Análisis

Al analizar la entrevista al Gerente de la Empresa Importadora y Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C nos damos cuenta que ellos no cuentan con una estructura de costos y que no le han implementado desde su creación hasta el día de hoy, pues siendo este uno de sus principales problemas. Ya que le faltan bastantes cuadros de costos que se adecuen a todas las actividades a la cual se dedica la empresa para que así pueda llevar un mejor control y registro, menciona también que ellos pagan a sus trabajadores de acuerdo a sus funciones que cumplen dentro de la empresa, la cual tiene una estructura ligera que le permite manejar buenos costos para estar dentro de este mercado tan competitivo.

Costos Vinculados con la compra.

3. ¿Los costos aduaneros de la empresa los considera como parte del costo de producto?

Si se considera los costos aduaneros como parte del costo de producto, como son los gastos vinculados a la compra, aviso de llegada, agente de aduanas, almacén temporal, movimiento de mercadería, entre otros.

4. ¿Cuánto representa el costo del café con respecto al costo de ventas?

La empresa representa de la siguiente manera: para calcular el costo total, se sabe que el valor de cada cajón es 296 dólares Americanos y esa cantidad se multiplica por el tipo de cambio luego se divide por el total de cajones y el monto que resultase representa el costo del café. En nuestro caso de importación representa el 97%.

Análisis

El Gerente hace mención que sus costos aduaneros forman parte del Costo del producto, lo que hace lógico y va de la mano con el lado contable y lo que indica la NIC 2 (Existencias).

Mercado

5. ¿Cómo analiza su rentabilidad de su empresa?

Nosotros analizamos la rentabilidad de la empresa sumando todos los costos para luego establecer el importe del valor venta y la diferencia es como conocemos como rentabilidad por viaje.

6. ¿Cuáles son sus canales de distribución?

Nuestros canales de distribución sólo se el canal vertical, conocido también como mayoristas.

7. ¿Bajo qué Parámetros o criterios establece el precio de venta del producto?

Nosotros como empres no tenemos un parámetro para establecer el Precio de venta, por lo general se aplica un cierto importe partiendo del costo de venta del

viaje, para luego determinar el precio de venta.

Análisis

Al analizar las respuestas de esta dimensión de mercado rescatamos que la empresa suma todos sus costos para luego así encontrar su importe del valor venta, además ellos tienen o manejan los canales verticales esto quiere decir que solo se enfocan en Comerciantes mayoristas, donde solo se generan volúmenes de manera inmediata pero se restringe el crecimiento sostenido que podría tener con la venta horizontal. En el caso de los paramentos no se aplica uno en especial, se aplica un importe al costo y este se considera el valor venta del cajón de café.

Margen de Utilidad

8. ¿La utilidad que la Empresa obtiene cada año es la deseada por los socios o los dueños?

Si es la deseada por los Dueños, pero deberíamos tener las cosas claras para no perder ventas marginales que varias oportunidades se nos han presentado.

9. ¿La utilidad que genera la Empresa está de acuerdo a la media del sector o sea de acuerdo a todos los comerciantes de puro café?

Nosotros estamos dentro de los parámetros que corresponde a los importadores, lo que permite generar utilidades todos los periodos desde que empezamos operaciones.

10. ¿Tiene pensado en el futuro implementar otra línea de producto?

Nosotros como empresa si estamos interesados en traer otras líneas desde la China para así poder crecer las líneas de negocios y dejar de depender de un solo ítem.

Análisis

La gerente hacen mención que está de acuerdo con la utilidad generada por la empresa la cual cumple con sus expectativas, y esta misma está enmarcada en la del sector de importación y comercialización respectiva, y están además conscientes de los riesgos que implica el depender de una línea de negocio y está

dentro de sus planes el incursionar en otras importaciones en el corto plazo.

Análisis documental.

Tabla 11. Tabla de Cálculo de Costo de Importación

CONCEPTO SUJETO A REVISION	IMPORTE EN SOLES	TASA DE PARTICIPACION
Costo de la Mercadería Según Factura Comercial	815,184.00	97.01%
Costos Vinculados a la Compra (IMPORTES PEN Y USS)	25,125.24	2.99%
Total de Costo (DE LA MERCADERIA IMPORTADA)	840,309.24	100.00%
Cantidad de cajas recibidas	850	
Costo Promedio (EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)	988.60	

Importe de la Factura Comercial (\$ 296.00 X 850 Cajas de café) \$251,600.00

TIPO CE CAMBIO A LA FECHA DE INGRESO TC VENTA 3.24

Fuente: Análisis Documental

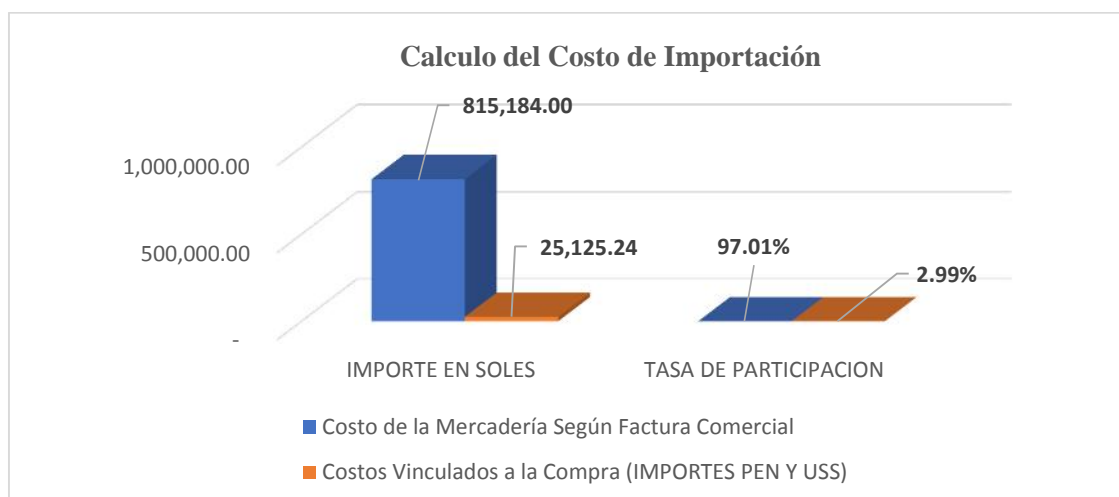


Figura11: Importe del Costo de la Mercadería y tasa de Participación

En la tabla 11, Podemos Observar que la Empresa tiene gran influencia del costo de importación para la fijación de precios, debido a la alta participación del costo de la factura, tal y como lo indico la Gerente general, el 97% del costo de ventas es costo de la mercadería vinculada de la compra de la mercadería, así que la tasa de cambio seria preponderante en el cálculo del costo de ventas por ende en la fijación de precios. Ver figura 11

Diseño de una Estructura de Costos tendiente a la Fijación de Precio de Venta de la Empresa.

Aspectos Generales

Información de la Empresa

La Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef SAC con Ruc N° 20480023588 ubicada en A.V José Pardo N°112 Urbanización Cercado de Chiclayo - Lambayeque, inscrita en los registros públicos de la ciudad de Chiclayo bajo la partida registral 11049187, con Fecha de Inscripción ante Sunat el día 09/12/2009, empezando sus actividades comerciales el día 01/02/2010, tiene la condición de Contribuyente “Habido” y un estado “Activo”, y están obligados a emitir los siguientes Comprobantes de pago (Factura, Boletas, Nota de crédito, nota de débito, etc.).

Giro del Negocio de la Empresa

Negocio que empieza con la idea de los esposos José Yapapasa y la Sra. Ruth Llontop Ramos, para generar ingresos con el capital que ya tenían a la fecha de constitución de la empresa, la empresa se dedica netamente a la importación de café, de la marca don café del país vecino el Ecuador, hace más de 10 años, lo que ha permitido a la marca don Café volverse una de las marcas más conocidas en el sector, se tiene distribución en el norte del país (Tumbes, Piura, Lambayeque, Amazonas, San Martín, Cajamarca, Ancash), con precios bastante competitivos que le ha permitido a la fecha mantenerse como una de las marcas líderes dentro del segmento económico al cual está dirigido.

En el mercado de Lambayeque realiza el reparto local en el mercado mayorista Moshoqueque, en el resto de localidades son atendidas en su gran mayoría vía telefónica y por lo general los mismos clientes recogen su mercadería, en las localidades de Piura y La libertad se hace reparto directo en las unidades de la empresa.

Sus oficinas administrativas están ubicadas en la Calle José Pardo 112, lugar céntrico para que sus clientes puedan llegar sin mayor inconveniente, por personas conocedoras del negocio, una de las ventajas competitivas que tiene la empresa

rápida atención de los requerimientos de los clientes, el tiempo de atención es como máximo de 24 horas después de haber concretado el pedido, lo que hace que los clientes sean tratados como socios estratégicos.

Estructura.

Objetivos de la propuesta.

Permitir a través de una estructura de costos el precio del café de manera inmediata.

Brindar información útil a la gerencia para tener la base más importante para la asignación de precios.

Tener precios estándar a pesar de los problemas cambiarios que se vienen generando.

Visión, Misión y Metas.

Visión.

Que la propuesta sea parte del plan estratégico de crecimiento de la empresa la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C, con el fin de lograr conquistar nuevos clientes y nuevos mercados.

Misión.

Costear el café soluble, marca donde café en presentación de 10 gramos, que permitirá tener un panorama más claro de los márgenes no solo históricos si no también que permitan proyectar los mismos.

Meta.

Poder establecer el margen bruto de la importación y venta al por mayor de café soluble marca don café todos los meses desde el 2019, y tener decisiones más ágiles en cuando a ventas marginales que se le presente lo cual puede generar un incremento en ventas del 15% para el año fiscal 2019.

Actividades.

Para poder generar la estructura de costos se tendrá que realizar lo siguiente:

Recabar la factura comercial, para tener certeza de los costos- Factura Comercial- Incluye costos de la mercadería más el flete comercial.

Revisar el contrato de seguro firmado con la aseguradora el cual es fijado de acuerdo al Valor del Incoterms, obtenemos después de esto el CIF, O Valor de Aduanas.

Revisión de los Costos de Transporte (Paita- Chiclayo), el mismo que es recabado de las facturas emitidas, las cuales tienes un costo por contenedor. Y por tanto un importe por caja importada.

Recabar todos los costos fijos que se ha identificado, que son los no está relacionados con la cantidad de compra.

Conseguir todos las Condiciones con el Banco Continental referente a futuros (Forward), con la finalidad de no cambiar el costo del Café Soluble.

Reunión con la gerencia General y el contador para poder determinar el porcentaje adecuado para establecer el precio.

Recabar las condiciones con el banco Continental con el fin de poder sacar información referente al producto de futuros (Forward).

Realizar los cálculos de todos los costos haciendo una diferencia entre lo Variable de Fijo de acuerdo a todo lo recabado.

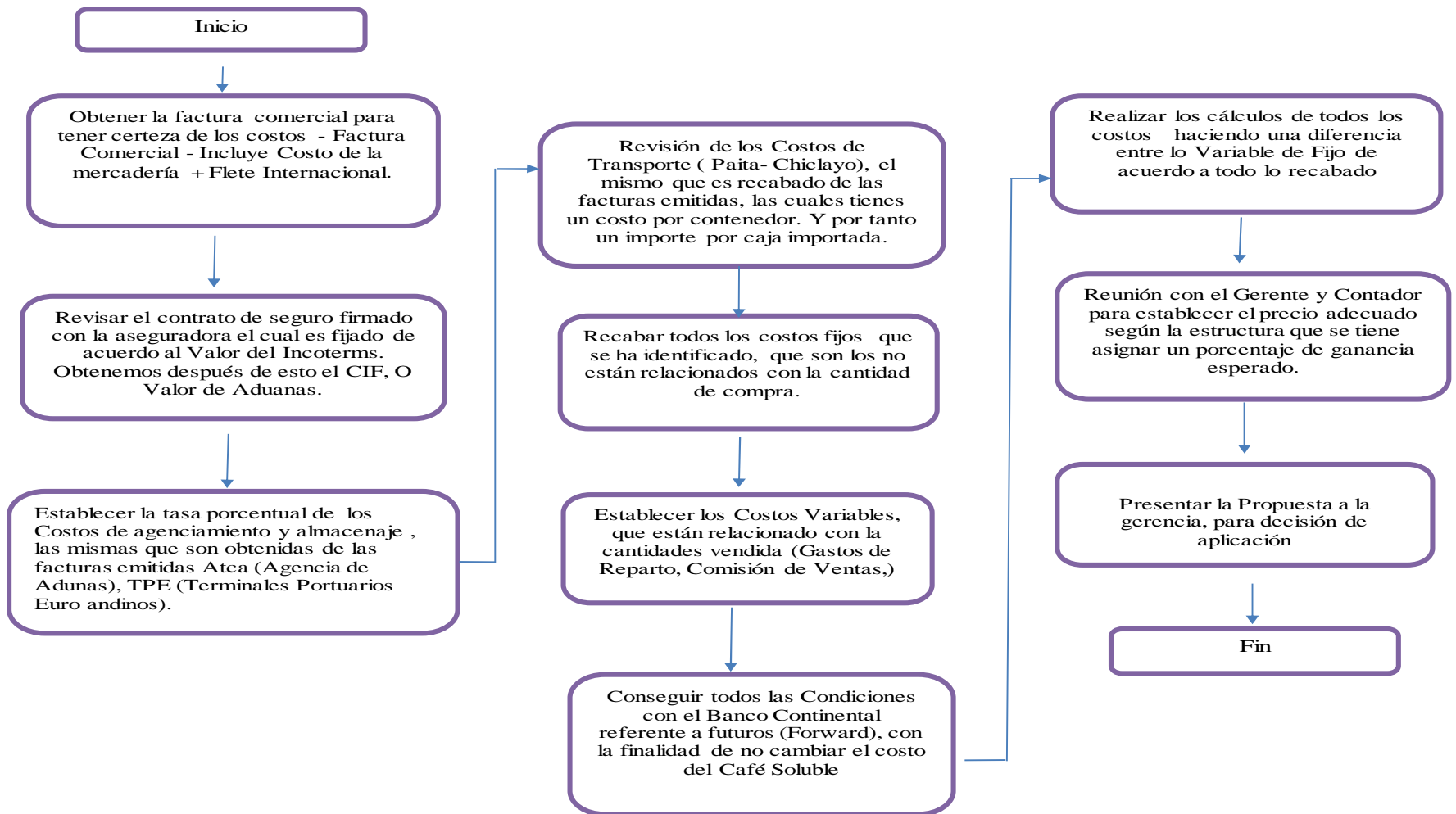
Reunión con el Gerente y Contador para establecer el precio adecuado según la estructura que se tiene asignar un porcentaje de ganancia esperado.

Presentar la Propuesta a la gerencia, para decisión de aplicación.

Esquema.

Flujograma de Actividades

Tabla 12 Actividades para generar la estructura de costos

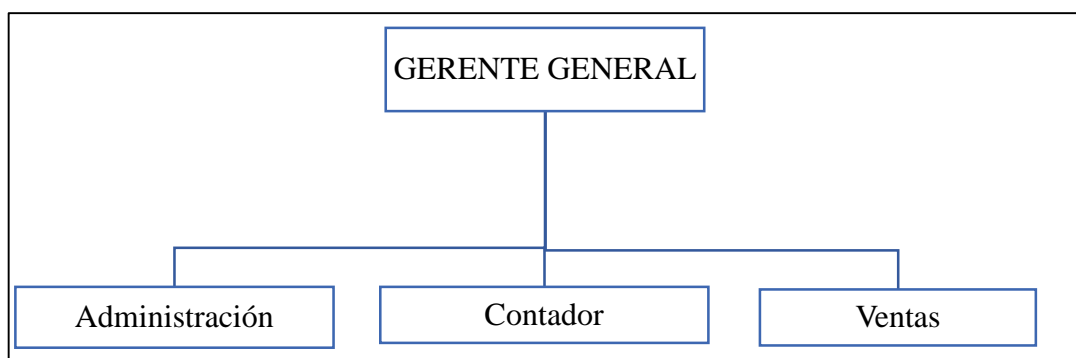


Fuente: Elaboración Propia

Aplicación

Organigrama de la empresa

La población del presente trabajo es de 4 trabajadores de la empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C, lo cual se encuentra distribuidas de la siguiente manera:



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 13. Funciones de cada trabajador de la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C

CARGO	FUNCIONES
Gerente	Representar a la empresa ante cual institución y organización Firmar Contratos Firmar cualquier documento bancario que solicite la Entidad financiera Proponer las estrategias y aprobarlas en cada uno de las sesiones Realizar las revisiones respectivas para la marcha normal de la empresa
Administrador	Llevar el control de las Importaciones Presentar la documentación para poder finalizar cada uno de estas
Contador	Llevar todos los libros contables de la empresa Emisión de las boletas de venta para cada uno de los trabajadores Pago de beneficios Sociales
Ventas	Realizar ventas en el canal mayorista Gestionar la cartera de clientes y mantenerle actualizada todos os meses Realizar las cobranzas a cada uno de sus clientes Reportar a diario y semanal a administración los resultados obtenidos durante el mes

Fuente: Elaboración Propia

Propuesta de un Diseño de estructura de costos

Después de haber analizado los documentos que se utilizan en todos los procesos de importación, así como la revisión de todos los gastos en los cuales se ha incurrido se pudo observar que la empresa sólo realiza acumulación de costos lo cual puede no permitir tener un panorama claro de los márgenes de venta, es por ello que la propuesta incluye: Flujograma de compra de Importación, Flujograma de costos de Importación, diseño de estructura costos, Documentos a utilizar.

Flujograma

Pasos de Compra de importación

Se inicia con el pedido del café al proveedor del Ecuador (Solubles Instantáneos).

Solubles Instantáneos recepciona el pedido y envía a contabilidad.

Solubles Instantáneos Emite la Factura Comercial.

La empresa Importadora Yelithza & Youssef S.AC recepciona la factura electrónica y ordena el pago vía transferencia al proveedor (Solubles instantáneos).

El proveedor (Solubles Instantáneos), recepciona el pago y emite conocimiento de Embarque, certificados y otros al Agente de Aduanas.

Agente de Adunas recepciona documentos, y realiza a verificación respectiva, y emite la Numeración de la DAM.

La empresa Importadora Yelithza & Youssef SAC, una vez que ya Sunat recepciona todo los documentos, realiza el pago de Percepciones.

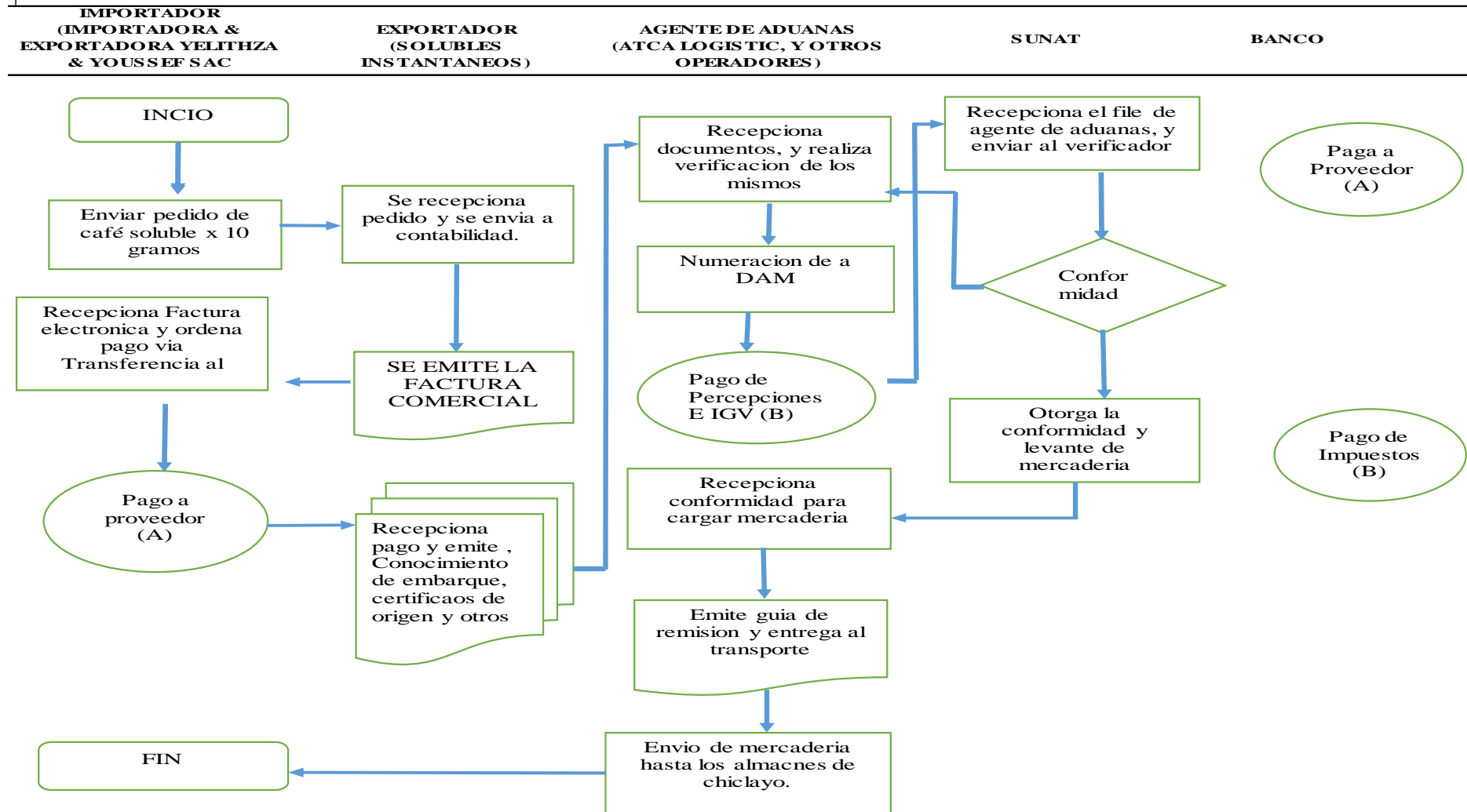
Sunat una vez que recepciona todo el file del agente de aduanas, envía al verificador para que de conformidad, pero si No hay conformidad todos los documentos se devuelve al agente de aduanas para la corrección pertinente.

SI Sunat da Conformidad de toda la documentación se procede a levantar la mercadería.

El agente de aduanas recepciona dicha conformidad para cargar la mercadería, emitiendo guía de remisión y entrega al transporte el envío de mercadería hasta el almacén de Chiclayo

Ver tabla 14 que esta detallada la compra de importación.

Tabla 14 Flujograma de Compra de Importación



Fuente: Elaboración Propia

Pasos de Costo de Importación

Se inicia con el costo de mercadería, ya que es el valor Monetario de la mercadería, lo cual es asignado por el proveedor la cual No incluye flete, pero es de Obligación del Vendedor asumir con el flete, La empresa Importadora trabaja con su Proveedor bajo el Incoterms del CFR que significa Costo y Flete,

El seguro del transporte de mercadería es la responsabilidad del Importador ante cualquier tipo de daño.

Una vez sumado esos tres ítems se consigue el CIF, desde ahí se calculan los impuestos a pagar.

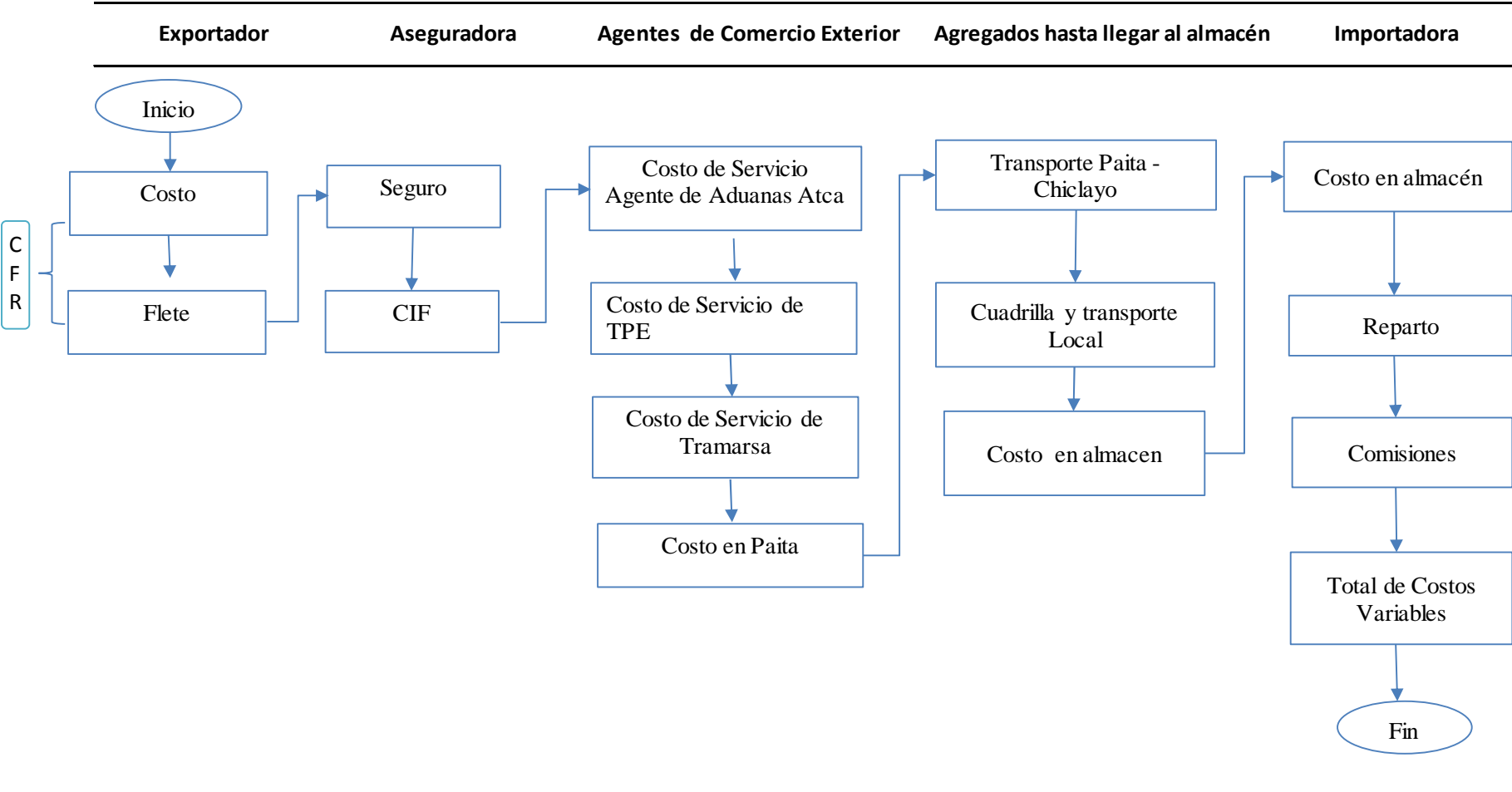
La mercadería una vez que está en Paita se prestan el servicio de algunos agentes de comercio del exterior como son el costo de Servicio de Atca, TPE, Tramarsa, todos estos serían los costos que se incurre en Paita.

Luego consideraos otros costos hasta llegar al almacén como son Transporte de Paita a Chiclayo, cuadrilla y transporte local.

La empresa Importadora también debe tener en cuenta los costos que tiene en comisiones y reparto para llegar al tota de sus Costos Variables.

Ver en tabla 15 Costos de Importación

Tabla 15 .Costos de Importación



Fuente: Elaboración Propia

Diseño de Estructura de Costos

Tabla 16. Costos Variables que debe incurrir la Empresa Importadora Yelithza & Youssef S.A.C

Costos Variables (Por Contenedor)	Monto
Costo de Mercadería (FOB)	
Flete Internacional (Quito - Paíta)	
Importe del Incoterms (CFR)	
Seguro de Mercadería	
Valor CIF (Cálculo de Impuestos de Importación)	
Pago Por contendor - Terminales Portuarios Euroandinos	
Pago Por contendor - Agente de Aduanas (ATCA)	
Pago de Cuadrilla Importe por Contenedor	
Costo de Mercadería A su salida de Paíta	
(+) Flete local (Cobro por contendor)	
(+) Acondicionamiento	
Costo Puesto en Almacén (NIC 2)	

Fuente: Elaboración Propia

Costo de mercadería (FOB).- Es el valor monetario de la mercadería en el puerto de origen, no incluye el flete internacional, este valor es asignado por el proveedor del Ecuador Solubles Instantáneos.

En el caso de la empresa negocia bajo la modalidad CFR, es decir costo y flete. El seguro es asumido por la importadora para que la mercadería viaje sin problema alguno.

Valor CIF.- significa que al momento de vender el producto, será involucra incluida el valor del transporte y el seguro ya sea fluvial o por mar, es entonces que desde ahí se va calcular dichos impuestos (Igv, Percepción).

Pago por contendor (TPE, Agente de Aduanas, Tramarsa).- Son los agentes de comercio exterior que participan en la importación, estos tienen un costo por contenedor atendido, así que pueden asignarse de manera directa de acuerdo al valor CIF de mercadería, aquí se encuentra Terminales Portuarios Euroandinos que están prestos a la recepción del contenedor, NAVIERA TRAMARSA S.A. que entrega el contenedor en óptimas condiciones, en el terminal portuario, el agente aduanas, que es quien se encarga de las gestiones aduaneros así como la

numeración de DAM, y la representación ante adunas cuando sea necesario, a la fecha el agente de aduanas es ATCA OPERADORES ADUANEROS S.A.C.

Pago de Cuadrilla.- En los casos en que se debe hacer el cambio de contendor por diversas razones, o porque el canal así lo exige, se contrata un grupo de personas para que realice la movilización de la mercadería.

Flete Local.- Después de haber liberado a mercadería y esté lista para enviar a su destino (Almacén de Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C.), se contrata el transporte que llevara la mercadería desde Paita hasta la Ciudad de Chiclayo. Este vehículo contratado

Acondicionamiento.- Después de la llegada a Chiclayo debido al tamaño de la unidad de transporte y por la ubicación de los almacenes, se debe contratar a un vehículo de menor tamaño y cuadrilla de estibadores hasta poder colocar la mercadería en los almacenes de la empresa.

Costo Puesto en almacén.- Tal y como indica la NIC2 es la sumatoria de todos los costos en los que se incurren para colocar las existencias en el almacén de la empresa y estén disponibles para su venta.

Tabla 17. Recuperación de los Costos

Recuperación de los Costos	Monto
Comisión Por Caja Vendida (Vendedor)	
Reparto Local (Por Caja entregada)	
Total Gastos Variables	
Costo Variable Total Por Caja	
Margen de Ganancia Esperado	
Valor de Venta del Cajón de Café	
IGV por cajón de Café	
Precio de Venta por Cajón de Café	

Fuente: Elaboración Propia

Comisión por caja vendida.- Son las comisiones que se les da a los vendedores por caja vendida.

Reparto de local.- Es el pago que se hace al responsable de repartir / entregar las cajas de café a los clientes y se cancela por cada caja entregada.

Costo Variable total por caja.- es la acumulación de los costos de mercadería hasta la llegada al almacén y los gastos variables que se incurren para vender la mercadería.

Margen de Ganancia Esperado.- Este margen será aplicado de acuerdo a la decisión de la gerente, esto le va a permitir establecer decisiones acertadas,

Valor de venta del cajón de café.- Que es el importe unitario que se ve reflejado en el estado de ganancias y pérdidas y constituye el 100% en los cálculos del presente cuadro.

Igv.- Es todo aquel impuesto que va a gravar todas las etapas del proceso de la producción, distribución, hasta lograr llegar al consumidor final.

Precio de venta.- Es el dinero que vamos a recibir a cambio de la venta de un producto o servicio del comprador.

Tabla 18. Costos fijos

Costos Fijos
(+) Gasto de Administración
Sueldo Administración
Alquiler de Oficina
Teléfono
Luz
(+) Gasto de Venta
Sueldo Fijo de Vendedor
Depreciación de mobiliario de ventas
Alquiler de Oficina del área de ventas
Costo Fijo Total
Margen de Ganancia Esperado
Punto de Equilibrio en cajas de Café

Fuente: Elaboración Propia

Gasto de Administración.- Son todo aquellos gastos que no están involucrados directas en la fabricación del producto, pero sin embargo tiene algo que ver con la organización dentro de su área de la empresa, como por ejemplo pueden ser los gastos administrativos.

Gasto de Venta.- Son aquellos costos que están relacionados con toda actividad de las ventas de la empresa.

Punto de Equilibrio del café.- Indicara la cantidad de cajas mínima que se debe vender para cubrir todos los gastos fijos.

Tabla 19. Costo Unitario de Cajón de Café

Costo Unitario de Cajón de Café	Monto
(+) Costo Fijo Total	
(+) Costo Variable Total	
COSTO TOTAL	
(/) Total de cajas de Café	
(=) Costo Unitario de Cajas de Café	

Fuente: Elaboración Propia

Para encontrar el costo unitario debemos saber cuánto es Nuestrs Costo total es por ellos que para encontrar este monto debemos tener claro nuestros costos fijos y variables ya que la sumatoria de estos nos dará ese resultado, una vez encontrado el coso total, debemos dividir entre el total de cajas de café para saber cuál será nuestro costo unitario de cajas de café.

Costo fijo Total.- Aquí para encontrar el costo fijo total se suman todos los costos fijos que puede haber incurrido la empresa para la fabricación del producto, para luego ésta ser dividida por el total de mercancías producidas o fabricadas, y como resultado obtendremos un costo fijo total.

Cotos Variables Total. Total - Es el costo que resulta de multiplicar el costo variable unitario por la cantidad de productos fabricados o servicios vendidos en un período determinado; sea éste mensual, anual o cualquier otra periodicidad.

El costo unitario es el valor monetario que se les da al producto específico, es decir para saber cuánto nos cuesta, importarlo, distribuirlo contabilizando todos los costos.

Documentos a utilizar

Dúa

Un reporte realizado por el Diario Del Exportador (DDE, 2014) menciona que El DUA que su sigla significa (Documento Único Administrativo) este documento de suma importancia que muestra lo que se está declarando entre un importador y exportador al momento de la venta, para que puedes presentar a las autoridades de aduana.

Factura Comercial y Lista de Empaque (Packing List)

Es preciso conocer sobre la factura comercial (DDD,2014) indica que sirve para el despacho aduanero en origen y destino, si toda la información que va allí debido a la cantidad o mercancía, no fuera posible indicarla en la factura, pues para ello existe el Packing List. Estos Son documentos primarios que no debe fallar en ninguna forma, a no ser que el exportador este trabajando con un país que habla otro idioma, ahí si es necesario hablar la factura comercial en inglés y español, porque las aduanas mayormente manejan varios idiomas, pues el Packing list detallada ítems por ítems lo que el exportador está enviando, siempre esta lista de empaque debe ser más completa, que inclusive llegue a tener el Flete, Seguro y el costo por cada uno de los ítems, y esto se logra si se tiene un orden ya que le lleva en un Excel, y esta información lo pongo en la factura comercial que es el documento final que aduanas me va pedir tanto a las importaciones e Importaciones.

Esta debe contener el nombre completo y real de la empresa, dirección actual, Ruc y detallado el contenido y costo unitario muy correctamente, y el Packing List, debe hace referencia al número de factura y pedido.

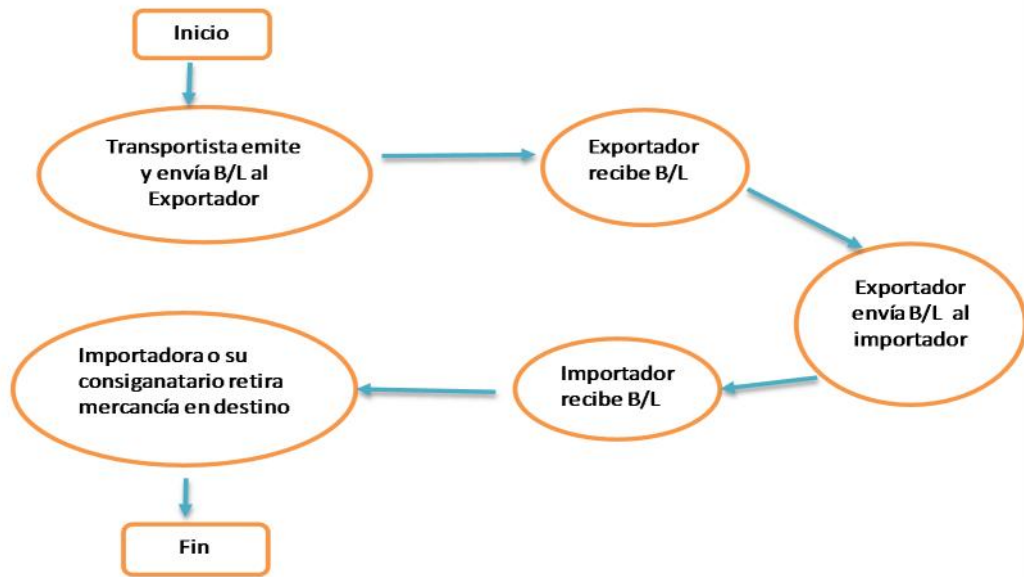
Kardex

Vasquez(2011) menciona que se denomina Kardex a un registro estructurado de la existencia de mercancías en un almacén o empresa. Este documento es de tipo administrativo y se crea a partir de la evaluación del inventario registrando la cantidad de bienes, el valor de medida y el precio por unidad, para posteriormente clasificar los productos de acuerdo con las similitudes de sus propiedades, para que así no se genera confusión.

Bill of Lading (Conocimiento d embarque)

En un reporte realizada por el DDE (2014) señala que este documento es usado para el transporte marítimo, lo cual lo emites al capitán del buque, que va denostar el ingreso de la carga a bordo de las mercaderías que se va a de transportar. Por lo general se entrega tres documentos originales y para poder retirar la mercadería es necesario presentar la original, este va nos va ayudar a cerciorar que existe un contrato que transporta la mercancía. En el reporte de este documento debe contener: Las partes contratantes, Numero de B/L, datos del buque que será transportada la mercadería, datos de la mercadería, itinerario, puerto de carga y descarga, peso y volumen d mercadería, flete, lugar y fecha de emisión. Etc.

Tabla 20. Recorrido estándar del Conocimiento de Embarque o Bill of Lading desde su emisión



Fuente: Elaboración Propia

Guías de Remisión

Superintendencia Nacional de Administración tributaria (SUNAT, 2016), nos sirve para el transporte terrestre ,como también para la fiscalización aduanal desde la planta de producción o de la planta de donde recoge la carga hacia el punto de entrega almacen de la linea area o marítimica, este tambien indica cuales son los productos y que cosa estoy llevando, es decir si mas tarde un aduanero local o un policia aduanal nos para pues en el camino, lo primero que debe motrar el transportista es esta guia indicando quien es el dueño de la carga y que cosa esta llevando y este debe coincidir con la factura comercial, por que sino nos pueden confiscar.

CAPITULO IV

DISCUSIÓN

IV DISCUSIÓN

En el presente trabajo de investigación tiene como finalidad Diseñar una Estructura de Costos que ayude a fijar el Precio de Venta del Café la Empresa Importadora y Exportadora Yelithza Youssef S.A.C año 2018, para lo cual se realizó una encuesta para saber cómo efectúan un Diagnostico Situacional de la empresa y como analizan los costos para determinar el precio de Venta del Café.

Teniendo como base los resultados que se obtuvieron podemos decir que la Empresa no cuenta con una estructura de Costos definida que permita tomar decisiones de manera acertada y sobre todo por poder generar mayores ventas que permitan a la empresa mejorar sus flujos y de esta manera poder planificar sus ventas, ya que debido a que no se tiene un panorama claro de los costos, y de esa manera poder hablar de planes estratégicos.

Flores (2016) En su tesis denominado “Incidencia de fijar precios de venta de los productos en la nivelación de competitividad de las pequeñas empresas, se establece la relevancia de tener claro los costos, esto va acompañado con la respuesta brindada por el contador donde indica que si necesitan de un cuadro estándar de costo, la razón de esta tesis es poder brindar las luces necesarias para que las decisiones que se tomen sean más acertadas de los que han venido siendo hasta la fecha, Flores, menciona lo importante que puede ser que los costos sean elaborados de manera técnica teniendo como base la referencia documentaria esto ayudaría a los tomadores de decisiones a generar planes a futuro, no solo en el sector de producción es trascendental el conocimiento de los costos de todo el proceso, también el sector comercial es primordial porque de ello dependerá la rentabilidad de la empresa (Margen), y por ende la continuidad del ente.

Si empresa Importadora & exportadora Yelithza & Youssef, no tiene claro los costos y la incidencia de cada concepto, así como la participación en el costo total de la mercadería podría tener serios problemas cuando se le presenten oportunidades de ventas marginales que hasta la fecha según la Gerente han tenido.

Díaz (2016), en su tesis sostiene que se debe tener claro que el coste de producciones de queso, donde hace mención a cifras exactas del costo del centro de transformación familiar de derivados lácteos Killalac, tiene claro en el proceso el costo de distribución del producto lo cual ayuda a tener claro los márgenes de ganancias, en el caso de la empresa Importadora & exportadora Yelithza & Youssef según la data recabada los gastos de distribución del café como son tratados de manera acumulativa estos solo están destinados como gastos de ventas y son acumulados con otros conceptos, si el costo de distribuir el café estuviera correctamente definido de acuerdo a la región donde es entregado, se podrían hacer ventas en oficina con el descuento del mismo.

Debido a que el contador que se tiene es externo, se comete el error de no realizar un análisis exhaustivo de todos los costes, lo cual permitiría a la empresa separar sus costos y de esta manera tomar mejores decisiones en ventas marginales que le podrían generar mayores ingresos y mejora notable de sus ventas.

Adrianzen y Llontop (2015), en su tesis estructuración de costes de la elaboración de maíz amarillo, en fijar precios de venta de la empresa Agrícola Trigo Limpio SRL, se indica que a empresa tiene déficit de una estructura de costes definida, lo cual le impide medir la rentabilidad de manera correcta, realizar comparativos de gestión, además de no poder medir la gestión de los gerentes, en este caso deberían medirse por hectáreas y de acuerdo a quien maneja, pero si no se tiene esa estructura de costos correctamente definida no se podrá medir los rendimientos, en el caso de Importadora & exportadora Yelithza & Youssef SAC, tiene un déficit de una estructura de costos que ayude a tomar decisiones, solo se acumulan costos para brindar información a la Superintendencia de Administración Tributaria (SUNAT), tal y como se muestra en Tabla 4,5,6 todos son con fines tributarios, adicional a la contabilidad tributaria también se le debe poner énfasis a los costos que permita tomar decisiones acertadas, medir los resultados mes a mes, año a año, y así poder ver y evaluar que decisiones fueron las más acertadas., replicarlas o mejorarlas para los siguientes periodos.

La tesis de Adrianzen y Llontop, hace ver la necesidad que debemos mantener una estructuración de costos, para las distintas empresas sean y éstas productivas,

comerciales, financieros, etc.

Valderrama (2014), en su propuesta de Diseñar una Estructura de Costo y su Incidencia en la Gestión de la Empresa Neo Motors SAC, también concluye la necesidad de tener una estructuración de costos definida, la cual no solo les sirve a los directivos, sino además incluye a otros mandos, con la finalidad de poder tener estándar en cada una de las áreas de trabajo. Es aquí donde también se puede tener incidencia en este trabajo de tesis, en la empresa Importadora & exportadora Yelithza & Youssef SAC, ayudara esta estructura a coger buenas decisiones en todos los mandos de la empresa, desde la gerencia hasta en el trato con cada proveedor de servicio que pueda tener, ya que teniendo claro la estructura del costo de maneja unos estándar en cada ítem, y otorga poder de negociación a la empresa, ya que puede negociar con referencias documentaria.

El tener la estructura de costos demuestra el conocimiento claro de cada céntimo invertido en el negocio, se puede generar incremento de ventas siempre teniendo el referente de costo de mercadería que se está comercializando.

Perez y Perez (2006), hace mención acerca de los factores que son preponderantes para fijar precios, tal y como lo establece la Gerente general donde coinciden en la forma como se fijan estos precios, establecen que los precios se asignan de acuerdo al costo de la mercadería factores internos, el mismo que está íntimamente ligado a tipo de cambio que se maneja en el mercado, es aquí donde se ve la relevancia a lo mencionado por Perez y Perez, ya que de acuerdo a quien incida en la decisión de colocar el precio se pueden tomar las acciones correctivas necesarias para poder controlar o no de acuerdo al análisis que se realiza, si sale como resulta que se toma en cuenta temas externos entonces se debe dar un seguimiento exhaustivo a la competencia y estar a la expectativa ante cualquier cambio que pueda dar el competidor.

En el caso de que lo preponderante sean temas internos, debemos ser cuidadosos en nuestros procesos haciendo que la cadena de proceso sea lo más eficiente posible que ayude a disminuir al máximo los costos y poder ofrecer excelentes precios y por ende generar mayores ventas en la empresa, en el caso de Importadora y Exportadora Yelithza & Youssef SAC, debe tomar las acciones correctivas para

sacar el provecho a los costos fijos en los cuales incurre la misma.

Cruz y Reymundo (2016), en su trabajo de investigación para obtener su título profesional, denominado Sistemas de Costo Estándar En El Control De Recursos de la Empresa Geelva Kids, en la cual hace mención que el costo se establece con el fin de aplicar un porcentaje para encontrar los precios de ventas, que permita a la empresa estar bien de acuerdo a lo que desean marginar, en el caso de la pregunta 14 formulada al contador donde indica que si se debería conocer a través de una organización de costos la correcta manera de fijar precios de venta del café, además se llega a la conclusión que esto permitirá a las partes poder determinar precios de venta marginales, aplicables a zonas nuevas, o ventas por volúmenes más considerables.

Si bien es cierto, las partes tienen claro que si están ganando por la venta del café soluble, están dejándose llevar por un flujo de efectivo para determinar su ganancia, están tomando como ganancia la desigualdad en los ingresos por ventas y los egresos de todos los pagos que efectúa para tener su producto desde su proveedor hasta sus clientes, debido a que no tienen una estructura definida no aplican porcentaje de ganancia. Al tener este problema no pueden tenerse ventas marginales debido al temor de equivocarse con el precio.

En este trabajo de investigación al igual que en los antes mencionados se pone gran importancia al tener una organización o un sistema de costos que ayudará a buscar un panorama claro de los costos involucrados en la evolución de importación y comercialización de café soluble de marca Don Café, es aquí donde toma fuerza la presente tesis al tener su razón y base en los trabajos de investigación indicados en el presente trabajo de investigación.

La Investigación tuvo como propósito conocer como Una organización o configuración de costos influye para fijar precios del Café de la casa comercial Importadora y Exportadora Yelithza & Youssef SAC

CAPITULO V

CONCLUSIONES

V. CONCLUSIONES.

El presente trabajo de investigación llego al objetivo general de Proponer una estructura de costos que ayude a determinar el precio de venta del café, así como, efectuar un diagnostico situacional económico y analizar los costos, y llegar a fijar del Precios de los productos de la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C Chiclayo 2018, al respecto se concluye lo siguiente:

El diagnostico situacional de la empresa a través de sus Estados Financieros, refleja que tiene una muy buena liquidez y que tiene un aumento considerable para el año 2017 con respecto al año 2016 en la cuenta 10 del plan contable la suma de S/ 1,390986.00, se puede observar que la empresa se apalanca con el banco para la compra de mercadería, y que las ventas se han incrementado favorablemente de un año a otro, pero pese a tener muy buenas ganancias, la empresa desconoce cuál es su margen de ganancia de manera más precisa.

En el análisis de los costos realizado a la citada empresa, se puede percibir que tiene un déficit de estructuración de costos, que permita fijar un precio tomando como base el costo de importación y comercialización del café, solo se establece realizando sumas de todos los egresos que genera cada importación sin tener en cuenta márgenes u otros, suma de todos los egresos y a esta cifra se le adiciona un importe fijo que se menciona como ganancia.

El conocer de manera más acertada los costos, esto permitirá a la empresa generar oportunidades de venta, conocer el precio marginal que se puede aplicar en venta puntuales que le permitan obtener mejores ventas, con estas cifras referenciales la empresa debe proyectar una nueva organización de sus costos que le ayude a obtener mejor utilidad.

CAPITULO VI

RECOMENDACIONES

VI. RECOMENDACIONES

Después de haber examinado cada uno de las conclusiones, de esta investigación a la Empresa Importadora y Exportadora Yelithza Youssef S.A.C, se recomienda lo siguiente:

Que se elabore un diagnostico situacional económico de manera continua y precisa para poder evaluar la Situación económica real y realizar una decisión precisa en bien de la empresa.

En el área de Contabilidad se debe realizar un análisis exhaustivo de costos con la finalidad de mejorar la fijación de los precios de venta y así poder ser más competitivos dentro del mercado y entre las demás empresas del mismo rubro, maximizando utilidades y minimizando costos.

Se recomienda a la empresa aplicar una estructura de costos para fijar su precio de venta de su producto, (Propuesta del Capítulo III), y controlar el flujo de los Costos desde el Exportador hasta el almacén de la empresa

REFERENCIAS

REFERENCIAS

Bibliografía

- Albán Vallejo, V., Betancourt Soto, V. M., & Morales Merchán, N. H. (Octubre de 2015). EL COSTO DE PRODUCCIÓN Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS EN LAS MICROPRESAS. *Observatorio de la Economía Latinoamericana (eumenet)*, 06. Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2015/precios.pdf>
- Avalos Peñafiel, V. g., Sanandrés Álvarez, L. G., Orna Hidalgo, L. A., Vallejo Sánchez, D. P., & Izurrieta Castelo, M. I. (Marzo de 2018). ESTRUCTURA DE COSTOS EN MEDIANA Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL ECUADOR. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1,2. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/costos-empresas-ecuador.html>
- Díaz Vargas, C., & Carmen Willems, M. (Mayo de 2017). *Línea de Base del Sector Café en el Perú*. Obtenido de <http://minagri.gob.pe/portal/download/2017/pncafe/sector-cafe-peru.pdf>
- Rodríguez Chavez, A. (ABRIL de 2016). COSTOS INTERNACIONALES PARA IMPORTAR Y EXORTAR. *QUIPUKAMAYOC Revista de la Facultad de Ciencias Contables*, 140. Obtenido de <file:///C:/Users/LUIS%20SUAREZ/Downloads/12476-43532-1-PB.pdf>
- Adrianzén Vásquez, H. A., & LLontop, M. H. (2015). *ESTRUCTURA DE COSTOS DE PRODUCCION POR HECTAREA DE MAIZ AMARILLO PARA LA MEJOR JIFACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DE LA EMPRESA AGRÍCOLA TRIGO LIMPIO SRL. DISTRITO DE CHONGOYAPE, 2015*. Perú. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/3603/1/ADRIANZEN%20VASQUEZ%20HARLEM%20ALEISTER.pdf>
- Altahona Quijano, T. d. (2009). *Libro Práctico sobre Contabilidad de Costos*. (U. d. Desarrollo, Ed.) Obtenido de Calameo: <https://es.calameo.com/read/002271387de39db260c76>
- Avolio Alecchi, B., Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2018). *Administración de Costos Contabilidad y Control*. Perú: Cengage Learning Editores. Obtenido de <http://latinoamerica.cengage.com>
- Blocher, E. J., Stout, D. E., Cokins, G., & Chen, K. H. (2008). *Administración de Costos un Enfoque Estratégico*. Mexico: Mc Graw- Hill Interamericana. doi:10: 970-10-6646-4 / 13: 978-970-10-6646-1
- Campeen, A. (23 de Noviembre de 2003). Estrategia de Precios y Fijación de precios. *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/estrategia-de-precios-y-fijacion-de-precios/>
- Cruz Alayo, A. C., & Reymundo Arroyo, Y. d. (2016). *SISTEMA DE COSTO ESTÁNDAR EN EL CONTROL DE RECURSOS Y FIJACIÓN DEL PRECIO DELA EMPRESA*

- GEELVA KIDS. TRUJILLO. Obtenido de <https://docplayer.es/54472945-Sistema-de-costo-estandar-en-el-control-de-recursos-y-fijacion-de-precio-de-la-empresa-geelva-kids.html>
- DDE Diario del Exportador. (Noviembre de 2014). El Bill of Lading: Conocimiento de Embarque Marítimo. *Diario del Exportador*, 01. Obtenido de https://www.diariodelexportador.com/2014/11/el-bill-of-lading-conocimiento-de_14.html
- DDE Diario del Exportador. (2014). La dua de Importación. *Diario del exportador*, 3. Obtenido de https://www.diariodelexportador.com/2014/11/la-dua-de-importacion_10.html
- Díaz Choque, N. (2016). *ESTRUCTURA DE COSTOS POR PROCESOS EN LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE VENTA PARA LA PRODUCCIÓN DE QUESO TIPO PARI EN EL CENTRO DE TRANSFORMACIÓN FAMILIAR DE DERIVADOS LÁCTEOS "KILLALAC" EN EL DISTRITO DE OCONGATE, PERIODO 2015*. Cusco, Perú. Obtenido de http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/686/3/Norka_Tesis_bachiller_2016.pdf
- Dinero. (22 de Septiembre de 2017). *Los Costos y el tiempo que tarda importar y exportar una mercancía en Colombia*. Obtenido de www.dinero.com/economia/articulo/costos-y-tiempo-que-tarda--importar-y-exportar-una-mercancia-en-colombia/250158
- Escuela de organización industrial (EOi). (03 de Diciembre de 2012). *Importancia de los Costes en la gestión empresarial*. Obtenido de Master Executive en Gestión de las Telecomunicaciones y tecnologías de la Información: <https://www.eoi.es/blogs/mtelcon/2012/12/03/importancia-de-los-costes-en-la-gestion-empresarial-3/>
- Flores Casco, H. (2016). *INCIDENCIA DE LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE VENTA DEL PRODUCTO EN LOS NIVELES DE COMPETITIVIDAD DE LAS MIPYMES PRODUCTORAS DE TABACO EN L MUNICIPIO DE ESTELI, CICLO PRODUCTIVO 2015*. Estelí. Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/2885/1/17469.pdf>
- García Colín, J. (2016). *Contabilidad De Costos Tercera Edición*. Mexico: Mc Graw- Hill Interamericana Editores, S.A de C. V. doi:ISBN-13: 978-970-6616-4 / ISBN-10: 970-10-6616-2
- Gestión. (30 de MARZO de 2015). *Producción de café cayó en 37% en los tres últimos años, informó la CCL*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/produccion-cafe-cayo-37-tres-ultimos-anos-informo-ccl-83434>
- Gomez Mata, J. (2014). *Análisis y Diseño de la Estructura y distribución de Gastos en una Empresa de Manufactura*. Venezuela. Obtenido de <http://159.90.80.55/tesis/000170892.pdf>

- Gomez, G. (22 de Septiembre de 2002). HISTORIA DE LOS COSTOS EN CONTABILIDAD. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/historia-costos-contabilidad/>
- Hanco Soncco, L. (2017). *COSTOS DE PRODUCCION Y FIJACIÓN DEL PRECIO DE LOS TEXTILES DERIVADOS DE ALPACA EN LA ASOCIACIÓN " ASOTEX" DEL DISTRITO DE PITUMARCA PERIODO 2016*. Cusco. Obtenido de <http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/1593/1/RESUMEN.pdf>
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ COLLADO, C., & BAPTISTA LUCIO, P. (2016). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. MEXICO D.F: Mc Graw Hill Education. Obtenido de <https://metodologiaeacs.wordpress.com/2016/01/31/libro-metodologia-de-la-investigacion-6ta-edicion-sampieri-pdf/>
- Javier Ulfe, C. H. (2016). *SISTEMA DE COSTOS POR ÓRDENES Y SU INFLUENCIA EN LA FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DE LA EMPRESA MULTISERVICIOS ASAQUI E.I.R.L, PACASMAYO 2016*. Pacasmayo. Obtenido de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10059/Javier%20Ulfe%20%20Carlos%20Henry%20Iv%C3%A1n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mamani Bautista, J. C. (15 de Octubre de 2013). *Determinación de los Costos de Importación - Tratamiento Contable*. Obtenido de http://aempresarial.com/web/revitem/5_15636_68452.pdf
- Mejía, m. (Abril de 2010). *Mercadeo creativo*. Obtenido de Historia de las Ventas: <https://mercadeocreativo.wordpress.com/el-vendedor-exitoso/historia-de-las-ventas/>
- Ortiz Aragón, A., & Rivero, G. (Junio de 2006). *Estructuración de Costos: Conceptos y Metodología*. Obtenido de Building Capacity Worldwide: http://www.rootchange.org/about_us/resources/publications/Estructuracion_costos_conceptos_metodologia.pdf
- Perez, D., & Perez Martinez de Ubago, I. (2006). *El Precio, Tipos y Estrategias de Fijación*. Obtenido de <http://files.kszegarra.webnode.es/200000021-af558b04f4/Fijaci%C3%B3n%20de%20Precios.pdf>
- PerúRetail. (03 de Octubre de 2014). *Que es una estrategia de Precios*. Obtenido de <https://www.peru-retail.com/que-es-una-estrategia-de-precios/>
- Pymes El Financiero. (06 de Mayo de 2015). *Cinco Estrategias para fijar el precio de su producto, conquistar mercado y ganar*. Obtenido de <https://www.elfinancierocr.com/pymes/cinco-estrategias-para-fijar-el-precio-de-su-producto-conquistar-mercado-y-ganar/J7PJLURQFZF35FAZHHSIDASNL4/story/>
- Ruiz Limón, R. (4 de diciembre de 2007). *El Método Científico y sus Etapas*. Mexico. Obtenido de <http://www.index->

f.com/lascasas/documentos/lc0256.pdf?fbclid=IwAR0JfofjyTxgjAbTvZ7oSS5WS
OznRk5Gxcm_wWIwRVAMQowGQXHxlf4eRik

Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A de C.V. Obtenido de <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>

Superintendencia Nacional de Administración tributaria (SUNAT). (05 de marzo de 2016). *Guías de remisión*. Obtenido de Orientacion .sunat. gob.pe: <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/comprobantes-de-pago-empresas/comprobantes-de-pago-fisicos-empresas/guias-de-remision-compr>

Valderrama Neyra, L. A. (2014). *Diseño de una Estructura de Costos y su Incidencia en la Gestión de la Empresa Comercializadora de Vehículos NEO MOTORS SAC*. Trujillo. Obtenido de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/984/valderramaneyra_leonor.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vasquez, L. (Noviembre de 2011). Que es kardex y para que sirve? *Empresa & Economía. República*, 02. Obtenido de <http://empresayeconomia.republica.com/aplicaciones-para-empresas/kardex-que-es.html>

VISA Empresarial. (20 de Febrero de 2015). *Errores al fijar precios*. Obtenido de https://visaempresarial.com/pe/noticias/errores-al-fijar-precios_872

ANEXOS



ANEXOS

N°

01

ANEXO 01

GUÍA DE ENTREVISTA

Aplicada al Contador de la Empresa Importaciones Y Exportaciones Yelitza & Youssef S.A.C. Chiclayo año 2018.

Objetivo: Recolectar información acerca de Cómo Estructuran sus costos para Fijar el Precio de Venta de la Empresa Importaciones & Exportaciones Yelithza & Youssef S.A.C en la ciudad de Chiclayo 2018.

INSTRUCCIONES: Responder de acuerdo a lo que cree conveniente según las preguntas dadas en el siguiente cuestionario.

1.- ¿Cómo Contador como clasifica los costos de la empresa Importadora y Exportadora Yelitza & Youssef S. A .C?

2.- ¿En qué tiempo de terminan la depreciación de sus activos de la empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C?

3.- ¿Cuáles son los costos que más incurre dentro de su empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C.?

4.- ¿Cómo calculan su Costo de Transporte para repartir su mercadería a los clientes?

5.- ¿Qué tan útiles les resulta los Incoterms que pactó con su proveedor?

6.- ¿Qué tipos de gasto incurre para el traslado de la mercadería de importación hasta su almacén?

7.- ¿Considera usted que sería necesario conocer todos os costos y gastos que se

incurre, para poder fijar su precio de venta del café y tomar buenas decisiones?

8.- ¿Usted toma en cuenta los Precios de la competencia para fijar el precio de venta del café?

9.- ¿Al momento de establecer su precio del café existe algunas limitaciones o percances?

10.- ¿Los precios que fija a su producto le permiten alcanzar sus metas y objetivos trazados?

11.- ¿Los precios que usted percibe teniendo en cuenta el análisis de la competencia le ha ocasionado bajas ventas?

12.- ¿A qué tipo de sector venden su producto en el mercado?

13.- ¿El margen obtenido es el deseado?

14.- ¿Desearía conocer el precio idóneo para poder vender su producto de café?

15.- ¿Usted obtiene el resultado esperado en cada periodo en su empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C?

GUÍA DE ENTREVISTA

Aplicada al Gerente de la Empresa Importaciones Y Exportaciones Yelitza & Youssef S.A.C. Chiclayo año 2018.

Objetivo: Recolectar información acerca de Cómo Estructuran sus costos para Fijar el Precio de Venta de la Empresa Importaciones & Exportaciones Yelithza & Youssef S.A.C en la ciudad de Chiclayo 2018.

INSTRUCCIONES: Responder de acuerdo a lo que cree conveniente según las preguntas dadas en el siguiente cuestionario.

1. ¿Maneja alguna Estructura de Costos en su Empresa?

.....
.....

2. ¿El salario está de acuerdo a las funciones de cada trabajador?

.....
.....

3. ¿Los costos aduaneros de la empresa los considera como parte del costo de producto?

.....
.....

4. ¿Cuánto representa el costo del café con respecto al costo de ventas?

.....
.....

5. ¿Cómo analiza su rentabilidad de su empresa?

.....
.....

6. ¿Cuáles son sus canales de distribución?

.....
.....

7. ¿Bajo qué Parámetros o criterios establece el precio de venta del producto?

.....
.....

8. ¿La utilidad que la Empresa obtiene cada año es la deseada por los socios o los dueños?

.....
.....

9. ¿La utilidad que genera la Empresa está de acuerdo a la media del sector o sea de acuerdo a todos los comerciantes de puro café?

.....
.....

10. ¿Tiene pensado en el futuro implementar otra línea de producto?

.....
.....

ANEXO 02

IMPORTADORA & EXPORTADORA YELITHZA & YOUSSEF SAC
Al 31 de Diciembre 2016

ACTIVO	PASIVO Y PATRIMONIO
ACTIVO CORRIENTE	PASIVO CORRIENTE
Caja y Bancos S/. 451,495.00	Sobregiros y Pagarés Bancarios S/. 547,308.00
Valores Negociables	Cuentas por Pagar Comerciales
Cuentas por Cobrar Comerciales S/. 191,837.00	Cuentas por Pagar a Vinculadas
Cuentas por Cobrar a Vinculadas S/. 264,586.00	Otras Cuentas por Pagar S/. 753.00
Otras Cuentas por Cobrar	Parte Corriente de las Deudas a Largo Plazo
Existencias S/. 90,299.00	TOTAL PASIVO CORRIENTE S/. 548,061.00
Gastos Pagados por Anticipado	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE S/. 998,217.00	
ACTIVO NO CORRIENTE	PASIVO NO CORRIENTE
Cuentas por Cobrar a Largo Plazo	Deudas a Largo Plazo
Cuentas por Cobrar a Vinculadas a Largo Plazo	Cuentas por Pagar a Vinculadas
Otras Cuentas por Cobrar a Largo Plazo	Ingresos Diferidos
Inversiones Permanentes	Impuesto a la Renta y Participaciones Diferidos Pasivo
Inmuebles, Maquinaria y Equipo (neto de depreciación acumulada) S/. 182,821.00	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE
Otros Activos S/. 202,829.00	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE S/. 385,650.00	TOTAL PASIVO
	PATRIMONIO NETO
	Capital S/. 500,000.00
	Capital Adicional
	Acciones de Inversión
	Excedentes de Revaluación
	Reservas Legales
	Otras Reservas
	Resultados Acumulados S/. 335,806.00
	TOTAL PATRIMONIO NETO S/. 835,806.00
TOTAL ACTIVO S/. 1,383,867.00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO S/. 1,383,867.00

**ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS POR FUNCIÓN DEL 01.01.2016 AL
31.12.2016**

Al 31 de Diciembre del 2016

20480023588

IMPORTADORA & EXPORTADORA YELITHZA & YOUSEEF S.A.C

DESCRIPCIÓN	2016
Ventas Netas (ingresos operacionales)	S/. 4,227,881.00
Otros Ingresos Operacionales	
Total de Ingresos Brutos	S/. 4,227,881.00
(-)Costo de ventas	S/. 3,773,569.00
Utilidad Bruta	S/. 454,312.00
Gastos Operacionales	
(-)Gastos de Administración	S/. 79,903.00
(-)Gastos de Venta	S/. 70,948.00
Utilidad Operativa	S/. 303,461.00
Otros Ingresos (gastos)	
Ingresos Financieros	
(-)Gastos Financieros	S/. 72,507.00
Otros Ingresos	
Otros Gastos	
Resultados por Exposición a la Inflación	
Resultados antes de Participaciones,	S/. 230,954.00
Impuesto a la Renta y Partidas Extraordinarias	
Participaciones	
Impuesto a la Renta	
Resultados antes de Partidas Extraordinarias	
Ingresos Extraordinarios	
Gastos Extraordinarios	
Resultado Antes de Interés Minoritario	S/. 230,954.00
Interés Minoritario	
Utilidad (Pérdida) Neta del Ejercicio	S/. 230,954.00

IMPORTADORA & EXPORTADORA YELITHZA & YOUSSEF SAC

Al 31 de Diciembre 2017

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja y Bancos	S/. 1,390,986.00	Sobregiros y Pagarés Bancarios	S/. 973,500.00
Valores Negociables		Cuentas por Pagar Comerciales	
Cuentas por Cobrar Comerciales	S/. 126,290.00	Cuentas por Pagar a Vinculadas	
Cuentas por Cobrar a Vinculadas		Otras Cuentas por Pagar	S/. 7,669.00
Otras Cuentas por Cobrar		Parte Corriente de las Deudas a Largo Plazo	
Existencias	S/. 89,456.00	TOTAL PASIVO CORRIENTE	S/. 981,169.00
Gastos Pagados por Anticipado			
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	S/. 1,606,732.00		
ACTIVO NO CORRIENTE		PASIVO NO CORRIENTE	
Cuentas por Cobrar a Largo Plazo		Deudas a Largo Plazo	
Cuentas por Cobrar a Vinculadas a Largo Plazo		Cuentas por Pagar a Vinculadas	
Otras Cuentas por Cobrar a Largo Plazo		Ingresos Diferidos	
Inversiones Permanentes		Impuesto a la Renta y Participaciones Diferidos Pasivo	
Inmuebles, Maquinaria y Equipo (neto de depreciación acumulada)	S/. 200,608.00	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	S/. 447,846.00		
		TOTAL PASIVO	
		PATRIMONIO NETO	
		Capital	S/. 500,000.00
		Capital Adicional	
		Acciones de Inversión	
		Excedentes de Revaluación	
		Reservas Legales	
		Otras Reservas	
		Resultados Acumulados	S/. 573,409.00
		TOTAL PATRIMONIO NETO	S/. 1,073,409.00
TOTAL ACTIVO	S/. 2,054,578.00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	S/. 2,054,578.00

**ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS POR FUNCIÓN DEL 01.01 AL
31.12.2017**

Al 31 de Diciembre del 2017

20480023588

IMPORTADORA & EXPORTADORA YELITHZA & YOUSEEF S.A.C

DESCRIPCIÓN	2017
Ventas Netas (ingresos operacionales)	S/. 6,104,446.00
Otros Ingresos Operacionales	
Total de Ingresos Brutos	S/. 6,104,446.00
(-)Costo de ventas	S/. 5,331,349.00
Utilidad Bruta	S/. 773,097.00
Gastos Operacionales	
(-)Gastos de Administración	S/. 230,235.00
(-)Gastos de Venta	S/. 105,444.00
Utilidad Operativa	S/. 437,418.00
Otros Ingresos (gastos)	
Ingresos Financieros	
(-)Gastos Financieros	S/. 100,392.00
Otros Ingresos	
Otros Gastos	
Resultados por Exposición a la Inflación	
Resultados antes de Participaciones,	S/. 337,026.00
Impuesto a la Renta y Partidas Extraordinarias	
Participaciones	
Impuesto a la Renta	
Resultados antes de Partidas	
Extraordinarias	
Ingresos Extraordinarios	
Gastos Extraordinarios	
Resultado Antes de Interés Minoritario	S/. 337,026.00
Interés Minoritario	
Utilidad (Pérdida) Neta del Ejercicio	S/. 337,026.00

ANEXO 3

Validación

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del experto :
Grado Académico :
Institución donde labora :
Teléfono :
Email :
Autor (es) del Instrumento :
Instrumento :

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Nº	INDICADORES	Deficiente	Bajo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1	El instrumento tiene como sustento a la base teórica de la variable.					
2	El instrumento considera la definición conceptual de la variable.					
3	El instrumento tiene en cuenta la Operacionalización de la variable.					
4	Las dimensiones e indicadores corresponden a la variable.					
5	Las preguntas o ítems derivan de las dimensiones e indicadores.					
6	El instrumento persigue los fines del objetivo general.					

7	El instrumento persigue los fines de los objetivos específicos.					
8	Las preguntas o ítems miden realmente la variable.					
9	Las preguntas o ítems están redactadas claramente.					
10	Las preguntas o ítems siguen un orden lógico.					
11	El N° de ítems que se considera para cada indicador es el adecuado.					
12	La estructura del instrumento es la correcta.					
13	Los puntajes de calificación son adecuados.					
14	La escala de medición del instrumento utilizado es la adecuada.					
	Total	_____ puntos de una escala de 14 a 70 puntos				

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Observaciones:

Fecha:

Firma del Experto
DNI N°

ANEXO

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS
JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y Nombres del experto : *Juarez Escobedo Segundo Luis*
 1.2 Grado Académico : *Maestría*
 1.3 Institución donde labora : *Impulsadoras y Exportadoras Virgen del Carmen EIRL*
 1.4 Teléfono : *-438516 / 957624508*
 1.5 Email : *virgen.del.carmen@hotmail.com*
 1.6 Autor (es) del Instrumento :
 1.7 Instrumento :

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Nº	INDICADORES	Deficiente	Bajo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1	El instrumento tiene como sustento a la base teórica de la variable.				✓	
2	El instrumento considera la definición conceptual de la variable.				✓	
3	El instrumento tiene en cuenta la Operacionalización de la variable.				✓	
4	Las dimensiones e indicadores corresponden a la variable.				✓	

5	Las preguntas o ítems derivan de las dimensiones e indicadores.				✓	
6	El instrumento persigue los fines del objetivo general.					✓
7	El instrumento persigue los fines de los objetivos específicos.				✓	
8	Las preguntas o ítems miden realmente la variable.				✓	
9	Las preguntas o ítems están redactadas claramente.				✓	
10	Las preguntas o ítems siguen un orden lógico.				✓	
11	El Nº de ítems que se considera para cada indicador es el adecuado.				✓	
12	La estructura del instrumento es la correcta.				✓	
13	Los puntajes de calificación son adecuados.			✓		
14	La escala de medición del instrumento utilizado es la adecuada.				✓	
Total					<u>56</u>	puntos de una escala de 14 a 70 puntos

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Observaciones:

Fecha: 10/07/2018


 Firma del Experto
 DNI Nº 42907206

ANEXO

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS
JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y Nombres del experto : *Collantes Palomino Hugo Juan*
 1.2 Grado Académico : *MAGISTER*
 1.3 Institución donde labora : *UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO*
 1.4 Teléfono : *936/31339*
 1.5 Email : *hcollantes@ucv.edu.pe*
 1.6 Autor (es) del Instrumento :
 1.7 Instrumento :

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

N°	INDICADORES	Deficiente	Bajo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1	El instrumento tiene como sustento a la base teórica de la variable.				✓	
2	El instrumento considera la definición conceptual de la variable.				✓	
3	El instrumento tiene en cuenta la Operacionalización de la variable.				✓	
4	Las dimensiones e indicadores corresponden a la variable.				✓	

5	Las preguntas o ítems derivan de las dimensiones e indicadores.				✓	
6	El instrumento persigue los fines del objetivo general.				✓	
7	El instrumento persigue los fines de los objetivos específicos.					✓
8	Las preguntas o ítems miden realmente la variable.				✓	
9	Las preguntas o ítems están redactadas claramente.				✓	
10	Las preguntas o ítems siguen un orden lógico.				✓	
11	El Nº de ítems que se considera para cada indicador es el adecuado.				✓	
12	La estructura del instrumento es la correcta.				✓	
13	Los puntajes de calificación son adecuados.				✓	
14	La escala de medición del instrumento utilizado es la adecuada.				✓	
Total		_____ puntos de una escala de 14 a 70 puntos				

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Observaciones: *NINGUNA*

Fecha: *09/07/2018*


 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
Hugo Collantes Palomino
 C.P.C. Hugo Collantes Palomino
 ESCUELA DE CONTABILIDAD
 Firma del Experto
 DNI N°
16734957

**ANEXO N°
FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS
JUICIO DE EXPERTOS**

I. DATOS GENERALES

I.1 Apellidos y Nombres del experto : Chavez Tovar Alex Percy
 I.2 Grado Académico : Magister
 I.3 Institución donde labora : Consorcio "Salique", Estudio Chavez Tovar S.A.C.
 I.4 Teléfono : 979993939
 I.5 Email : estudiochaveztovar@hotmail.com
 I.6 Nombre del instrumento :
 I.7 Autor (es) del Instrumento :

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	eficiente	Bajo	Regular	Bueno	Muy Bueno
	1	2	3	4	5
El instrumento considera la definición conceptual de la variable.				X	
El instrumento considera la definición procedimental de la variable.				X	
El instrumento tiene en cuenta la operacionalización de la variable.				X	
Las dimensiones e indicadores corresponden a la variable.				X	



 Consorcio "Salique" Chavez Tovar
 04-2849

Las preguntas o ítems derivan de las dimensiones e indicadores.			X		
El instrumento persigue los fines del objetivo general.					X
El instrumento persigue los fines de los objetivos específicos.				X	
Las preguntas o ítems miden realmente la variable.				X	
Las preguntas o ítems están redactadas claramente.				X	
Las preguntas o ítems siguen un orden lógico.				X	
El Nº de ítems que se considera para cada indicador es el correcto.				X	
La estructura del instrumento es la correcta.				X	
Los puntajes de calificación son adecuados.				X	
La escala de medición del instrumento utilizado es la adecuada.				X	
Total	<u>56</u> puntos de una escala de 14 a 70 puntos				

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:


 P. P. PERCY CHAVEZ TORRES
 04-2019

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Observaciones: _____

Fecha: 20/9/18



Firma del Experto
DNI Nº



C.P. ALBERTO CHAVEZ LOVAT
04-2849

ANEXO 4

MATRIZ DE CONSISTENCIA PARA ELABORACIÓN DE TESIS

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: TERESA RUIZ FASABI

FACULTAD/ESCUELA: CIENCIAS EMPRESARIALES / CONTABILIDAD

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	TÉCNICAS	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS
¿De qué manera una estructura de costos fija adecuadamente el Precio de Venta del café en la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C Chiclayo 2018?	<p>Proponer una estructura de costos para determinar el precio de venta del café en la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C. Chiclayo 2018.</p> <p>-Efectuar un diagnóstico situacional económico de la Empresa.</p> <p>-Analizar los Costos para determinar el precio de venta del café de la empresa.</p> <p>-Diseñar una Estructura de costos tendiente a la fijación del Precio de venta de la Empresa.</p>	<p>Una Estructura de Costos fija eficientemente el precio de venta del café en la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C Chiclayo 2018.</p>	<p>Independiente: Estructura de Costos</p> <p>Dependiente: Fijación de Precio de Venta</p>	Descriptivo	Los 4 Trabajadores de la Empresa	Entrevista Análisis documental	Analítico deductivo
				DISEÑO	MUESTRA	INSTRUMENTOS	
				No experimental	El Gerente de la empresa y el Contador	Guía de Observación Guía de Entrevista Guía de Análisis Documental	

ANEXO 5

Documentos que se utiliza para los tramites de Importación

DECLARACION ADUANERA DE MERCANCIAS (A)

ADUANA: <input type="text"/>		CÓDIGO: <input type="text"/>		2. REGISTRO DE ADUANA	
Nº Orden: <input type="text"/>		Destinación: <input type="text"/>		Nº Declaración: <input type="text"/>	
Modalidad: <input type="text"/>		Tipo Despacho: <input type="text"/>		Fecha Numeración: <input type="text"/>	
Nº Orden de Embarque: <input type="text"/>				Sujeto a: <input type="text"/>	
1. IDENTIFICACION		1.1 Importador/Exportador: <input type="text"/>			
1.2 Cód. y Doc. de Identificación: <input type="text"/>		1.3 Dirección de Importador/Exportador: <input type="text"/>			
3. TRANSPORTE		3.1 Empresa Transportista: <input type="text"/>		3.2 Nº Manifesto: <input type="text"/>	
3.4 Fecha Tránsito Desc/Embar: <input type="text"/>		3.5 Empresa Transporté (Tránsito, Reembarque): <input type="text"/>		3.3 Via transporte: <input type="text"/>	
Código: <input type="text"/>		Código: <input type="text"/>		Código: <input type="text"/>	
3.6 Unidad transporte (Tránsito, Reembarque): <input type="text"/>		3.7 Aduana Destino/Salida: <input type="text"/>			
4. ALMACEN		4.1 Terminal de Almacenamiento: <input type="text"/>		4.2 Depósito Aduanero Autorizado: <input type="text"/>	
Código: <input type="text"/>		Código: <input type="text"/>		4.3 Plazo Solicitado: <input type="text"/>	
5. TRANSACCION		5.1 Entidad Financiera: <input type="text"/>		5.2 Modalidad: <input type="text"/>	
Código: <input type="text"/>		Código: <input type="text"/>		Código: <input type="text"/>	
6. VALOR ADUANA		6.1 FOB / Valor Crédito Verca: <input type="text"/>		6.2 Plata / Comisión Exterior: <input type="text"/>	
6.3 Seguro/Otros Gastos Deducibles: <input type="text"/>		6.4 Total Ajustes: <input type="text"/>		6.5 Valor Aduana / Valor Neto Entrega: <input type="text"/>	
7. DECLARACION DE MERCANCIAS		7.1 Nº Serie / Total: <input type="text"/>		7.2 Items Ejemplar "B": <input type="text"/>	
7.3 Número Declaración- Porcentaje: <input type="text"/>		7.4 Número Certificado Represión: <input type="text"/>		7.5 Cod. Ad. Uff: <input type="text"/>	
7.6 Puerto de Embarque: <input type="text"/>		7.7 Fecha de Embarque: <input type="text"/>		7.8 Doc. Transp. Detalle: <input type="text"/>	
7.9 Nº Certificado Origen: <input type="text"/>		7.10 Cant. Unid. Comercial: <input type="text"/>		7.11 Infor. Verificación/Cód. Exonación: <input type="text"/>	
7.12 Cantidad Bultos: <input type="text"/>		7.13 Clase: <input type="text"/>		7.14 Peso Neto Kilos: <input type="text"/>	
7.15 Peso Bruto Kilos: <input type="text"/>		7.16 Cantidad Unidad Básica: <input type="text"/>		7.17 Cant. Unidad Equip/Prod.: <input type="text"/>	
7.18 Item: CIP: <input type="text"/>		7.19 Subpartida Nacional: <input type="text"/>		7.20 Tipo: <input type="text"/>	
7.21 Suspartida NALADISA / NABANDINA: <input type="text"/>		7.22 TM: <input type="text"/>		7.23 TP: <input type="text"/>	
7.24 TPN: <input type="text"/>		7.25 Cod. Lib.: <input type="text"/>		7.26 País Origen: <input type="text"/>	
7.27 País Adq/Dest.: <input type="text"/>		7.28 Reg. Aplic.: <input type="text"/>		7.29 FOB Moneda Transacción: <input type="text"/>	
7.30 FOB US \$: <input type="text"/>		7.31 Flete US \$: <input type="text"/>		7.32 Seguro US \$: <input type="text"/>	
7.33 Ajuste Valor US \$: <input type="text"/>		7.34 Valor Aduana US \$: <input type="text"/>			
7.35 Descripción: <input type="text"/>					
7.36 Nº Factura Comercial: <input type="text"/>					
Fecha: <input type="text"/>		Nº: <input type="text"/>		Fecha: <input type="text"/>	
7.37 Información Complementaria: <input type="text"/>					
7.38 Observaciones: <input type="text"/>					
7.39 Tipo de Observación: <input type="text"/>					
8. DECLARANTE		8.1 Nombre o Razón Social: <input type="text"/>		Código: <input type="text"/>	
8.2 Fecha: <input type="text"/>		8.3 Nº CONTENEDORES/PRECINTOS: <input type="text"/>		8.4 Fecha: <input type="text"/>	
PESO NETO: <input type="text"/>		PESO BRUTO: <input type="text"/>		LÍQUIDAS: <input type="text"/>	
LÍQUIDAS COMERCIALES: <input type="text"/>		BLOG ADUANAS S.A.C. COD. 5794 German Ruberto Salinas C. Representante Legal			
10. DILIGENCIA ADUANERA		10.1 Cód. Especialista: <input type="text"/>			
10.2 Fecha Vencimiento: <input type="text"/>		10.3 Plazo Autorizado: <input type="text"/>			
10.4 Fecha: <input type="text"/>		FRMA Y SELLO			
11. CONTROL OFICIAL DE ADUANAS		12. REGULARIZACION / CONTROL DE EMBARQUE / TORNAGUIA			
11.1 Código: <input type="text"/>		12.1 Código: <input type="text"/>			
11.2 Fecha: <input type="text"/>		12.2 Fecha: <input type="text"/>			

DECLARACION UNICA DE ADUANAS (B)

ADUANA: <input type="text"/>		CODIGO: <input type="text"/>		2. REGISTRO DE ADUANA	
Nº ORDEN: <input type="text"/>		Destinación: <input type="text"/>		Nº Declaración: <input type="text"/>	
Modalidad: <input type="text"/>		Tipo Despacho: <input type="text"/>		Nº Orden de Embarque: <input type="text"/>	
1. IDENTIFICACION		1.1 Importador: <input type="text"/>		1.2 Cód. y Documento Identificación: <input type="text"/>	
1.3 Nivel Comercial: <input type="text"/>		1.4 Fecha Numeración: <input type="text"/>		1.5 Sujeto a: <input type="text"/>	
3. PROVEEDOR		3.1 Nombre o Razón Social: <input type="text"/>		3.2 Condición: <input type="text"/>	
3.3 Dirección: <input type="text"/>		3.4 Ciudad: <input type="text"/>		3.5 País: <input type="text"/>	
3.6 Teléfono: <input type="text"/>		3.7 Fax: <input type="text"/>		3.8 Página Web: <input type="text"/>	
3.9 Email: <input type="text"/>		4.1 Naturaleza: <input type="text"/>		4.2 Forma de Envío: <input type="text"/>	
4. TRANSACCION		4.3 Código: <input type="text"/>		4.4 Incoterm: <input type="text"/>	
5. DESCRIPCION DE LA MERCANCIA		5.1 Nº Item/Total: <input type="text"/>		5.2 Nº Factura Comercial: <input type="text"/>	
5.3 Fecha Factura: <input type="text"/>		5.4 Incoterm: <input type="text"/>		5.5 Ciudad: <input type="text"/>	
5.6 Cod. Mon.: <input type="text"/>		5.7 Tipo Val.: <input type="text"/>		5.8 Código: <input type="text"/>	
5.9 País Origen: <input type="text"/>		5.10 País Embar.: <input type="text"/>		5.11 FOB Unitario US \$: <input type="text"/>	
5.12 Ajuste Unitario US \$: <input type="text"/>		5.13 Cantidad Unid. Comercial: <input type="text"/>		5.14 Unidad: <input type="text"/>	
5.15 Nombre del Producto: <input type="text"/>		5.16 Año/Ara: <input type="text"/>		5.17 Estado: <input type="text"/>	
5.18 Identificador: <input type="text"/>		5.19 LV: <input type="text"/>		5.20 Características, Tipo / Clase, Variedad / Uso o Aplicación, Presentación / Material o Composición %	
1. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
2. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
3. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
4. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
5. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
5.20 Observaciones: <input type="text"/>					
5. DESCRIPCION DE LA MERCANCIA		5.1 Nº Item/Total: <input type="text"/>		5.2 Nº Factura Comercial: <input type="text"/>	
5.3 Fecha Factura: <input type="text"/>		5.4 Incoterm: <input type="text"/>		5.5 Ciudad: <input type="text"/>	
5.6 Cod. Mon.: <input type="text"/>		5.7 Tipo Val.: <input type="text"/>		5.8 Código: <input type="text"/>	
5.9 País Origen: <input type="text"/>		5.10 País Embar.: <input type="text"/>		5.11 FOB Unitario US \$: <input type="text"/>	
5.12 Ajuste Unitario US \$: <input type="text"/>		5.13 Cantidad Unid. Comercial: <input type="text"/>		5.14 Unidad: <input type="text"/>	
5.15 Nombre del Producto: <input type="text"/>		5.16 Año/Ara: <input type="text"/>		5.17 Estado: <input type="text"/>	
5.18 Identificador: <input type="text"/>		5.19 LV: <input type="text"/>		5.20 Características, Tipo / Clase, Variedad / Uso o Aplicación, Presentación / Material o Composición %	
1. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
2. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
3. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
4. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
5. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					
5.20 Observaciones: <input type="text"/>					
6. INTERMEDIARIO ENTRE COMPRADOR Y VENDEDOR (Marque 1 caso Afirmativo y 2 caso Negativo)		6.1 Participó en la Transacción comercial algún intermediario denominado también Agentes, Comisionista u otro? <input type="checkbox"/>			
6.2 Nombre del Intermediario: <input type="text"/>		6.3 Dirección: <input type="text"/>		6.4 Ciudad: <input type="text"/>	
6.5 País: <input type="text"/>		6.6 Tipo: <input type="text"/>		6.7 E-mail: <input type="text"/>	
6.8 Web: <input type="text"/>					
7. CONDICIONES DE LA TRANSACCION (Marque 1 caso Afirmativo y 2 en caso Negativo)					
7.1 <input type="checkbox"/>		7.2 <input type="checkbox"/>		7.3 <input type="checkbox"/>	
7.4 <input type="checkbox"/>		7.5 <input type="checkbox"/>		7.6 <input type="checkbox"/>	
7.7 <input type="checkbox"/>		7.8 <input type="checkbox"/>		7.9 <input type="checkbox"/>	
7.10 <input type="checkbox"/>		7.11 <input type="checkbox"/>		7.12 <input type="checkbox"/>	
7.13 <input type="checkbox"/>		7.14 <input type="checkbox"/>		7.15 <input type="checkbox"/>	
7.16 <input type="checkbox"/>		7.17 <input type="checkbox"/>		7.18 <input type="checkbox"/>	
7.19 <input type="checkbox"/>		7.20 <input type="checkbox"/>			
8. DETERMINACION DEL VALOR					
8.1 BASE DE CALCULO		Declarado US\$		8.4 TOTAL GASTOS SEGURO	
8.1.1 Precio neto según Factura:		753 500 000000		753 500000	
8.1.2 Pagos indirectos:				8.5 DEDUCCIONES IMPORTE INCLUIDO EN 8.1.1	
8.1.3 Descuentos Retroactivos:				Declarado US\$	
8.1.4 Otros Descuentos:				8.5.1 Gasto de entrega posteriores a la importación:	
8.1.5 Gastos de Transporte, manipulación y entrega en el exterior hasta el lugar de embarque:				8.5.2 Gastos de construcción, armado, instalación, montaje, mantenimiento y asistencia técnica realizados después de la importación:	
8.1.6 Otros:				8.5.3 Derechos de Aduana y otros tributos:	
TOTAL BASE DE CALCULO		753 500 000000		8.5.4 Intereses:	
8.2 ADICIONES				8.5.5 Otros gastos:	
8.2.1 Comisiones, Comraje, excepto las comisiones de compra:				TOTAL DEDUCCIONES	
8.2.2 Envases y Embalajes:				DECLARO	
8.2.3 Bienes y servicios suministrados por el importador gratuitamente o a precio reducido y utilizados en la producción y venta para la exportación de las mercancías importadas:					
8.2.3.1 Matriculas, marcas, patentes, derechos de autor, etc. que se transfieren al importador:					

Carrier: Hapag-Lloyd Aktiengesellschaft, Hamburg

Bill of Lading

Multimodal Transport or Port to Port Shipment

Shipper:
SOLUBLES INSTANTANEOS C.A
 KM 1 1/2 AVENIDA CARLOS JULIO
 AROSEMENA
 GUAYAQUIL GUAYAS
 ECUADOR RUC 0990002959001



Carrier's Reference: **82078509** B/L-No.: **HLCUGYE180950252** Page: **2 / 3**

Consignee (not negotiable unless consigned to order):
IMPORTADORA & EXPORTADORA YELITHZA & YOUSSEF S.A.
 CALLE JOSE PARDO 112,
 CHICLAYO, CHICLAYO
 TAX ID: 20480023588

Export References:

Forwarding Agent:

Notify Address (Carrier not responsible for failure to notify; see clause 20 (1) hereof):
IMPORTADORA & EXPORTADORA YELITHZA & YOUSSEF S.A.
 CALLE JOSE PARDO 112,
 CHICLAYO, CHICLAYO
 TAX ID: 20480023588

Consignee's Reference:

Place of Receipt:

Vessel(s): **MINERVA** Voyage-No.: **837N**

Place of Delivery:

Port of Loading:
GUAYAQUIL, ECUADOR

Port of Discharge:
PAITA, PERU

Container Nos., Seal Nos., Marks and Nos.	Number and Kind of Packages, Description of Goods	Gross Weight:	Measurement:
TLLU 5350923 SEALS : HLD5156857 0392AC 1114GB MARKS & NOS: 008/0049/0092	1 CONT. 40'X9'6" HIGH CUBE CONT. SLAC* 425 CAJAS CAFE SOLUBLE INSTANTANEO	KGM	

COPIA AUTENTICADA
 BLDG ADUANAS S.A.C
 Art. 29 Inc. B.D. Ley.1053
 CODIGO: 5794
 REG. IN: 33 1254

SOLUBLES INSTANTANEOS C.A.
[Signature]
 FIRMAS AUTENTICADAS

Shipper's declared Value [see clause 7(2) and 7(3)]	Above Particulars as declared by Shipper. Without responsibility or warranty as to correctness by Carrier [see clause 11]				
Total No. of Containers received by the Carrier: 2	Packages received by the Carrier:				
Movement: FCL/FCL	Currency:				
Charge	Rate	Basis	Wt/Vol/Val	P/C	Amount
RECEIVED by the Carrier from the Shipper in apparent good order and condition (unless otherwise noted hereon) the total number or quantity of Containers or other packages or units indicated in the box opposite entitled "Total No. of Containers/Packages received by the Carrier" for Carriage subject to all the terms and conditions hereof (INCLUDING THE TERMS AND CONDITIONS ON THE REVERSE HEREOF AND THE TERMS AND CONDITIONS OF THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF) from the Place of Receipt or the Port of Loading, whichever is applicable, to the Port of Discharge or the Place of Delivery, whichever is applicable. One original Bill of Lading, duly endorsed, must be surrendered by the Merchant to the Carrier in exchange for the Goods or a delivery order. In accepting this Bill of Lading, the Merchant expressly accepts and agrees to all its terms and conditions whether printed, stamped or written, or otherwise incorporated, notwithstanding the non-signing of this Bill of Lading by the Merchant. IN WITNESS WHEREOF the number of original Bills of Lading stated below all of this tenor and date has been signed, one of which being accomplished the others to stand void. Place and date of issue: GUAYAQUIL, ECUADOR 19. SEP. 2018 Freight payable at: GUAYAQUIL, ECUADOR 2/3 FOR ABOVE NAMED CARRIER, TRANSOCEANICA CIA. LTDA. (AS AGENT)					
Total Freight Prepaid	Total Freight Collect	Total Freight			

For above named Agent
TRANSOCEANICA CIA. LTDA
[Signature]
 GORDIANO PATRICK A.
 GERENTE DE SERVICIOS AL CLIENTE

MTD1212 (FB) (1) B/L-46
 9016/345 L.V. 06/18



Solubles Instantáneos C.A.
FUNDADO EN 1960

Teléfono-PBX: 593-4-6008812
www.solublesinstantaneos.com
Av. C. J. Arosemena Km. 2
Guayaquil - Ecuador

FACTURA COMERCIAL
001-011-00000351

R.U.C. 0990002959001
AUTORIZACION No. 1103683257 CONTRIBUYENTE ESPECIAL
RESOLUCION No. 6925 JUNIO 4 DE 1995

1. FECHA DE FACTURA	Agosto/27/2018			
2. EXPORTADOR	Solubles Instantáneos C.A.			
	Av. Carlos Julio Arosemena km. 2			
	P.O. Box 5565			
	Guayaquil - Ecuador			
3. IMPORTADOR	R.U.C 0990002959001			
	Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C.			
	José Pardo No.112			
	Chiclayo - Lambayeque - Perú			
4. PUERTO DE EMPARQUE (Vía Marítima)	R.U.C. 20480023588			
	Guayaquil - Ecuador			
	Paíta - Perú			
	Minerva			
5. PUERTO DE DESTINO (Vía Marítima)	Paíta - Perú			
6. VAPOR	Minerva			
7. FECHA DE DESPACHO	19/09/18			
8. MARCAS	008/049/0092			
9. NANDINA	2101.11.00.00			
10. CANTIDAD	11. DESCRIPCION DE MERCADERIA	12. PESO NETO	13. PRECIO POR KILO NETO	14. TOTAL
850 cajas con 40800 dispensers 1' 632000 sobres de 10 gramos	Café Instantáneo DON CAFÉ sobres de 10 Gramos			
FLETE				
15. PRECIO TOTAL			C+F Paíta	

SOLUBLES INSTANTANEOS C. A

Ramón F. d. Quiroz
FIRMAS AUTORIZADAS

COPIA AUTENTICADA
BLOG ADUANAS S.A.C
Art. 25 Inc. B D. Ley. 1053
CODIGO: 5794
[Firma]
ECCA, Gerencia de Aduanas Coronel
REPRESENTANTE LEGAL
REG. N° 53 1254

COMUNIDAD ANDINA

CERTIFICADO DE ORIGEN

ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION

ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INTEGRAÇÃO

N° del Certificado

1691010820180000066P

ORIGINAL

PAIS EXPORTADOR : ECUADOR

PAIS IMPORTADOR : PERU

N° de Orden (1)	NALADISA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERIAS
1	21011100	CAFE SOLUBLE INSTANTANEO DON CAFE SPRAY DRIED / SOBRES 10GR (850 CAJAS)

DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial No [001-011-00000351] cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) DE CARTAGENA de conformidad con el siguiente desglose:

N° de Orden	NORMAS (3)
1	Decisión 416, Capitulo II, Artículo 2, Literal e(i),(ii)

FECHA: 27 AGOSTO 2018
 RAZON SOCIAL: SOLUBLES INSTANTANEOS COMPANIA ANONIMA S.I.C.A.
 Sello y firma del exportador o productor

SOLUBLES INSTANTANEOS C.A.
[Firma Autorizada]
 FIRMA AUTORIZADA

OBSERVACIONES:

CERTIFICACION DE ORIGEN
Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de GUAYAQUIL a los 20 día/s del mes de Septiembre del 2018 Ing. Viviana Malagón González Cámara de Industrias S.A.C. Nombre, sello y firma de la Entidad Certificadora

NOTAS: (1): Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados correlativamente.
 (2): Especificar si se trata de un Acuerdo de Alcance Regional Parcial, indicando número de registro.
 (3): En esta columna se indentificará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.
 - El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o enmiendas

COPIA AUTENTICADA
 BLOG ADUANAS S.A.C
 Art. 25 Inc. B D. Ley 1053
 CODIGO 5794
[Firma]
 REPRESENTANTE LEGAL
 REG. N° 53 1254



TRCA - 15660872

CERTIFICADO N° 4

PACIFICO COMPAÑIA DE SEGUROS Y REASEGUROS CERTIFICA HABER ASEGURADO A:

IMPORTADORA & EXPORTADORA YELITHZA & YOUSSEF SAC
CALLE JOSE PARDO NRO 112

DE CONFORMIDAD CON LAS CONDICIONES DE LA POLIZA DE CARGA ABIERTA No. 15660872 DE TIPO IMPORTACION EL SIGUIENTE FMRAROIIE

SUMA ASEGURADA USD
TASA
TRANSBORDO

PRIMA
FACTOR DE GESTIÓN
INTERESES
I.G.V.
TOTAL USD

MARCAS Y NUMEROS FACT. 01-011-000000351- BL NRO HLCUGYE180950252

DESCRIPCION DE LA MERCANCIA

CAFÉ SOLUBLE
CAFÉ SOLUBLE INSTANTANEO DON CAFÉ SPRAY DRIED

DESCRIPCION DEL EMBALAJE
EL ADECUADO -CAJAS DE CARTON

MEDIO DE TRANSPORTE JULIANA

FECHA DE SALIDA 19/09/2018

CLASIFICACION BV

AÑO CONSTRUCCION 2012

DESDE GUAYAQUIL-ECUADOR **HASTA** CHICLAYO-PERU **VIA** PAITA

TRANSBORDO BUENAVENTURA

COBERTURA

256 CL DEL INST PARA HUELGAS (CARGAMENTOS)
252 CLAUSULA DEL INSTITUTO PARA CARGAMENTOS (A)
C/ 255 INST PARA GUERRA (CARGAMENTOS)

FRANQUICIA DEDUCIBLE

Todo reclamo estará sujeto a una franquicia deducible de 1.00% de la suma asegurada, minimo US\$ 200.00

En caso de daños o pérdidas dar aviso inmediato a:
PACIFICO SEGUROS

TORRE PACIFICO
AV. JUAN DE ARONA 830
SAN ISIDRO, LIMA 27 - PERU
TELEF. (511) 518 4000

TELF: 74301885

FAX: 327811

TELEX:

PO BOX:

R.N.P. N4124 AGENTE: VIVIANA ANGELICA SOFIA CASTRO CALL

CERTTRAN USEMID01

COD.SBS.: RG0441120033

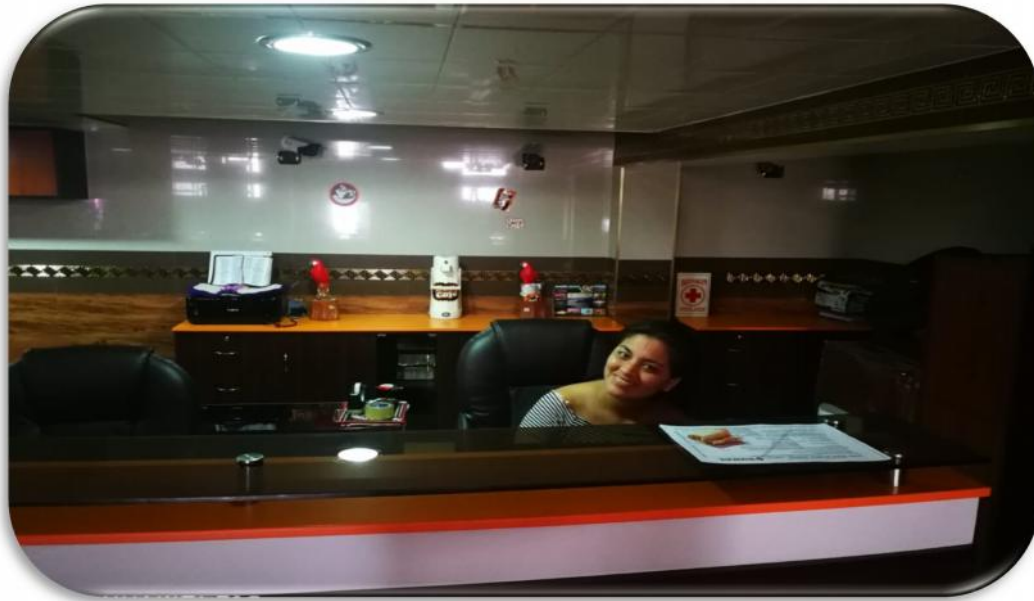
ORIGINAL

Pág. 1 de 2

Cliente

Anexo 6

Imágenes del local



Anexo 07 Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis

	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo, Mg. *Mario Ignacio Farfán Ayala*, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad César Vallejo Chiclayo, revisor de la tesis titulada:

Estructura de Costos para Fijar el Precio de Venta del Café de la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C Chiclayo 2018, de la estudiante Teresa Ruiz Fasabi.

Constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 20 de mayo del 2019



Mg. MARIO IGNACIO FARFAN AYALA
EGRESADO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
UCV-CHICLAYO

Firma

Mario Ignacio Farfán Ayala

DNI: 43319426

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	-----------------------	--------	---------------------------------

Anexo 09 Autorización de Publicación de Tesis en Repositorio Institucional UCV

 <p>UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</p>	<p>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV</p>	<p>Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 1</p>
---	---	---

Yo Teresa Ruiz Fasabi....., identificado con DNI N.º 45849850 egresada de la Escuela de Contabilidad..... de la Universidad César Vallejo, autorizo (x), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado: Estructura de Costos para Fijar el Precio de Venta del Café de la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.T Chiclayo 2018 en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....


FIRMA

DNI: 45849850

FECHA: Junio del 2019

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

Anexo 10 Autorización de la Versión del Trabajo de Investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

Escuela Profesional de Contabilidad

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Ruiz Fasabi Teresa

INFORME TÍTULADO:

Estructura de Costos Para Fijar el Precio de Venta del Café de la Empresa Importadora & Exportadora Yelithza & Youssef S.A.C Chiclayo 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Contador Público.

SUSTENTADO EN FECHA: 25 mayo del 2019

NOTA O MENCIÓN: Aprobado por Mayoría.


FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN