



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE**

**ADMINISTRACIÓN**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**“ESTRUCTURA DE COSTOS PARA FIJAR EL  
PRECIO DE VENTA DEL CAFÉ DE LA  
COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES SOL  
& CAFÉ Ltda. JAÉN 2018”**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO PROFESIONAL  
DE BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN**

**Autora:**

**Quispe Estela, Perla Edeli**

**Asesora:**

**Dra. Ramos Farroñán, Emma Verónica**

**Línea de Investigación:**

**Auditoria, Finanzas y Proyectos de Inversión**

**Pimentel - Perú**

**2018**

## **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 Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. 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 específicos 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.

## **ABSTRACT**

The objective of this research is to propose a Costs structure to determine the sale price of coffee, this study was carried out in the Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Research was Descriptive and Non-Experimental design. The sample consisted of the Manager and the Accountant of the Company. The techniques used for the elaboration of the Investigation were Interview and Documentary Analysis, these instruments were validated by expert judgment.

The results found according to the specific objectives with respect to the economic situational diagnosis, by means of the verification of the documents of the financial statements, that the company makes Imports continuously and that the strongest amount of all its cost corresponds to the amount for the concept of merchandise, all these costs were accumulated, did not make the deviation between direct and indirect costs or some system of adequate costs to determine a cost more appropriate to reality, with respect to the analysis of costs to determine the sale price of coffee , verified the expenses related to the purchase of the merchandise, they take as a base the sum of all their costs to be able to fix the sale price of the product, but at the time of doing the verification we realize that the company does not apply or not has a cost structure, the only thing we found were summations by the manager e in which they determine empirically the total cost of the merchandise and applying an amount could determine the sale price.

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.

## INDICE

<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>5</b>
<b>1.1. El Problema de Investigación</b>	<b>5</b>
<b>1.2. Antecedentes</b>	<b>6</b>
<b>1.3. Formulación del Problema</b>	<b>8</b>
<b>1.4. Aspectos Teóricos</b>	<b>9</b>
<b>1.5. Objetivos</b>	<b>13</b>
<b>1.5.1. Objetivo General</b>	<b>13</b>
<b>1.5.2. Objetivo Específicos</b>	<b>14</b>
<b>1.6. Hipótesis</b>	<b>14</b>
<b>1.7. Justificación</b>	<b>14</b>
<b>II. MATERIALES Y METODOS</b>	<b>15</b>
<b>2.1. Tipo y Diseño de la Investigación</b>	<b>15</b>
<b>2.2. Población y Muestra</b>	<b>16</b>
<b>2.3. Variables</b>	<b>17</b>
<b>2.4. Operacionalización de Variables</b>	<b>18</b>
<b>2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de la información</b>	<b>19</b>
<b>III. RESULTADOS</b>	<b>22</b>
<b>3.1. Tablas y Gráficos</b>	<b>22</b>
<b>IV. DISCUSIÓN</b>	<b>35</b>
<b>V. CONCLUSIONES</b>	<b>38</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	<b>39</b>
<b>VII. REFERENCIAS</b>	<b>40</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>43</b>

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. El Problema de Investigación**

Durante los años 2011, 2014 Que la producción del café tuvo una baja 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).

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, Perú se ha caracterizado por ser un país exportador de café. Sin embargo, en los últimos diez años, y principalmente debido al incremento del consumo interno, ha aumentado la importación de este producto. Dominguez (2017).

La Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café, inicio sus actividades 1° de mayo 2008, con domicilio fiscal en Pje. El Chaupe N° 101 Los Sauces provincia Jaén Departamento Cajamarca, cuya finalidad es mejorar las condiciones socioeconómicas de sus productores socios. Está conformada por 248 socios, los mismos que se dedican a la producción de café, asimismo los socios tienen derechos y obligaciones como: percibir utilidades, premios correspondientes a las exportaciones (primas por comercio justo), participación con voz y voto en las asambleas generales, estar informado de la marcha administrativa, económica y financiera de la cooperativa, cumplir con lo establecido en el estatuto de la cooperativa, vender toda su producción a la cooperativa entre otros; asimismo la cooperativa materia de estudio, tiene como actividad principal la producción y comercialización de café de sus socios a los diferentes mercados nacional e internacional, dentro de la cadena de comercialización la cooperativa acopia el café de sus socios para ser almacenado, despulpado, secado, procesado y comercializado.

La cooperativa Sol & Café, participa de ferias nacionales e internacionales, realiza convenios con empresas certificadoras para adquirir asesoramiento y asistencia técnica en el mejoramiento de plantación y producción de café.”

“Sin embargo, la cooperativa Agraria Cafetalera, no cuenta con políticas sobre Costos para fijar sus precios que estén debidamente estructuradas, tales deficiencias son reflejadas con mayor énfasis en el área de ventas generando desorden y confusión, lo cual conlleva a que los agricultores no estén obteniendo las ganancias que corresponden.

Por ello se propone aplicar una estructura de costos para determinar el precio de venta del café en la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café, para que exista un precio justo del Café para que los socios puedan obtener mejor ganancia y así producir un café de calidad.

## **1.2. Antecedentes**

### **A Nivel Internacional**

Farias (2016). En su trabajo 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 Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN- Managua) tesis para obtener el título de Master en Gestión, Sostenibilidad y Calidad de las MIPYMES, tuvo como Objetivo General “Valorar la 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 del año 2015”, con un tipo de investigación “Cuantitativo y el Cualitativo”, con una muestra que se realizó a 17 MIPYMES productoras del tabaco, lo cual llegó a la siguiente conclusión:

El precio se establece en base a los costos de producción, las MIPYMES productoras de tabaco trabajan según una ficha de costos que es elaborada por los técnicos de las fábricas de tabaco, en esta se detallan las diferentes etapas del proceso de producción con sus respectivos costos [...], en base a estos costos las fábricas fijan el precio de venta, por lo tanto si desean obtener rentabilidad deben cumplir con esa estructura de costos. Para

fijar el precio de venta se utiliza el método de precios fijos, la fábrica firma un contrato con el productor donde se establece un precio al comienzo de cada temporada. El precio se fija dependiendo de la clasificación de calidad del tabaco, las fábricas evalúan la calidad o “grado” del tabaco, para definir los precios de compra. Los productores afirman que las empresas suelen dar un “grado bajo” a la hoja, lo que redundaría en precios bajos; y dado que éstas operan como monopolio u oligopolio, los productores no tienen otra alternativa que aceptar el precio que les ofrezcan (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 desean el precio de transacción el cual no siempre es atractivo para el productor).

Gamero (2014) En su trabajo de investigación sobre “Análisis y Diseño de la Estructura de Costos y distribución de Gastos en una Empresa de Manufactura”, de la “Universidad Simón Bolívar”, de la ciudad de Sartenejas País de Venezuela, tesis para obtener el Título de Ingeniero de Producción, tuvo como Objetivo General “Analizar las estructuras de costos y gastos de una empresa 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.

Se evidenció que la empresa utiliza, de manera habitual, un sistema de costeo por órdenes ya que la empresa opera sobre pedidos de clientes. Sin embargo, este sistema no está estandarizado, lo que evita el aprovechamiento de las virtudes de este sistema de costeo como ventaja. (p. 74).

### **A Nivel Nacional**

Vargas (2014). En su trabajo de Investigación: “Diseño de una Estructura de Costos y su Incidencia en la Gestión de la Empresa Comercializadora de Vehículos Neo Motors SAC, en la ciudad de Trujillo año 2014”, de la universidad Nacional de Trujillo, del país

de Perú, tesis para Obtener el Título Profesional de Contador Público, tuvo como Objetivo General Determinar la Incidencia que tendrá el Diseño de la estructura de costos en la gestión de la empresa Comercializadora de Vehículos Neo Motors SAC año 2014, lo cual llegó a la siguiente conclusión:

El diseño de una Estructura de Costos incide de manera Significativa en la gestión de la Empresa Neo Motors SAC, debido a que permite el Análisis y determinación real de los Costos involucrados en la Comercialización de Vehículos, posibilitando una mejor administración de Costos que conllevan a la mejora de los resultados. La Estructura de Costos bien elaborada constituye una importante herramienta de Información para los órganos de Dirección, así como para los demás usuarios Internos puesto que dará soporte a las decisiones tomadas. (p: 102- 103).

#### **A Nivel Local**

Álvarez & 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, tesis para obtener el Título Profesional de Contador Público, tuvo 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 encuentra conformada por cuatro personas, lo cual llegó a la siguiente conclusión.

Que si no existe una buena estructura de costos de producción total o por hectárea, no se podrá calcular costos reales por campaña, no podrá medir su rentabilidad, no se podrá comparar costos en cuanto a producción y sobre todo no se podrá fijar un precio adecuado; para ello se tiene que llevar la información de manera ordenada, sistematizada y estructurada; y así la empresa obtendrá de manera eficaz datos confiables para la toma de posteriores decisiones (p: 01).

### **1.3. Formulación del Problema**

¿De qué manera una estructura de costos fija adecuadamente el Precio de Venta del café en la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café, Jaén 2018?



## **1.4. Aspectos Teóricos**

### **1.4.1. Costos**

Para Aguilar, (2018) Define al Costo como el efectivo o un valor equivalente de efectivo sacrificado por productos y servicios que se espera que aporten un beneficio presente futuro a una organización. Hablamos de un equivalente de efectivo pueden ser intercambiados por los bienes o servicios deseados. Los costos se incurren para producir beneficios futuros. En una empresa con fines de lucro, los beneficios futuros por lo general se refieren a los ingresos. A medida que se utilizan los costos para obtener ingresos, se dicen que expiran. Los costos expirados se denominan gastos. En cada periodo, los gastos se deducen de los ingresos en el Estado de Resultado para determinar la utilidad del periodo.( p: 07).

Gonzales (2014) señala en su libro indica que la contabilidad de costos es un sistema de información empleado para predeterminar, registrar, acumular, controlar, analizar, direccionar, interpretar e informar todo lo relacionado con los costos de producción, venta, administración y financiamiento ( p.08).

#### **Objetivos de los costos.**

Altahona (203), indica en su libro que los objetivos de los costos es conocer la cantidad a invertir para la fabricación del producto o la prestación de servicio; establece las bases para fijar los precios de venta, el margen de rentabilidad y la utilidad real; controla los costos de producción, ya que estos pueden sufrir variaciones debido a factores internos que afectan al proceso [...] y externos que afectan el proceso permitiendo determinar los factores que originan dicha variación para tomar las correcciones del caso; compara los costos reales con los costes presupuestados para obtener el control de todo el proceso, desde la compra de la materia prima hasta la convención de la misma en un nuevo producto para la venta ( 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.**

Aguilar, (2018), señala que los costos están asociados directa o indirectamente con los objetos de costo. Los costos indirectos son los que no pueden ser rastreados en forma sencilla y exacta a un objeto de costo. Los costos directos son los que pueden ser rastreados con facilidad y en forma exacta a un objeto de costo (p: 8).<sup>77</sup>

Para que los costos sean rastreados con facilidad se requiere que sean asignados de una manera económicamente factible. Para que sean rastreados de una manera exacta se requiere que los costos se asignen utilizando relaciones causales. De este modo el rastreo es simplemente la capacidad de asignar costos de forma directa a un objeto de costo de una manera económicamente factible por medio de una relación causal. Entre más costos se pueden rastrear directamente con un objeto, mayor será la exactitud de las asignaciones de costo.<sup>78</sup>

### **Tipos de costos según volumen de Producción**

Gonzales (2014) 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 volumen de producción podemos encontrar dos tipos de costos (p.250).<sup>79</sup>

#### **Costos Fijos o Costos del Periodo**

Son aquellos costos que permanecen constantes en su magnitud dentro de un periodo determinado, independientemente de los cambios registrados en el volumen de operaciones realizadas ejemplos sueldos, cuentas básicas, telefonía e internet, gastos de oficina, gastos de administración y venta, pago de Obligaciones financieras, pagos de seguros, etc. (p: 250).<sup>80</sup>

#### **Costos fijos de Producción**

Son aquellos costos que permanecen constantes en su magnitud dentro de un periodo determinado, independientemente de los cambios registrados en el volumen de producción; por ejemplo, los sueldos y prestaciones de los directores de la planta fabril (p.250).<sup>81</sup>

#### **Costos Fijos de Operación**

Son aquellos costos que permanecen constantes en su magnitud dentro de un periodo determinado, independientemente del volumen de ventas logrado; por ejemplo, los sueldos y prestaciones de los directores administrativos y de ventas de la empresa (p:250).

## **Costos Variables**

Son aquellos costos cuya magnitud cambia en razón directa al volumen de las operaciones realizadas, por ejemplo; Materia prima, insumos existencias, mano de obra, costos de distribución, comisiones por venta, proveedores externos para la producción (p: 251).

### **Costos variables de Producción**

Son aquellos costos cuya magnitud cambia en razón directa de los aumentos o disminuciones registradas en el volumen de producción; por ejemplo, la materia prima directa (p: 251).”

### **Costos Variables de Operación o Gasto de venta**

Son costos cuya magnitud cambia en razón directa de los aumentos o disminuciones registradas en el volumen de ventas; por ejemplo, comisiones a vendedores (p: 251).”

### **Costos de importación.**

Mamani (2013), en su documento señala que se denomina a los costos de Importación al precio o valor de adquisición de los bienes, considerando todos aquellos factores o desembolsos que involucren obtener el bien o servicio. Actualidad empresarial (288), IV-7.

A su vez, la normativa que hace referencia es la NIC 2 Inventarios, que en el párrafo 11 señala: los costos de adquisición de los inventarios comprenderán el precio de compra, los aranceles de importación y otros impuestos (que no sean recuperables posteriormente de las autoridades fiscales), los transportes, el almacenamiento y otros costos directamente atribuibles a la adquisición de las mercaderías, los materiales o los servicios. Actualidad empresarial (288), IV-7.

## **1.4.2. Teorías de fijación del Precio de Venta**

Chambergó (Citado en Javier 2016). Define a la fijación de precios como el proceso que involucra muchos factores, siendo el costo un solo factor; además de la naturaleza de la empresa, el grado de competencia entre diferentes industrias, la demanda, las condiciones económicas, la situación financiera de la empresa, etc.”

### **Importancia de los precios.**

Stanton, Etzel y Walker (2007) indica que los precios son de suma importancia tanto en la economía, la mente del 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 (renta), las tasas de intereses y las utilidades, ya que éste viene hacer el regulador fundamental 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**

No todos los clientes tienen las mismas preferencias ya que algunos, prefieren ir por los precios más bajos sin importarles la calidad, como también hay personas que ellos son muy precavidos y les importa otros factores como el precio la calidad, marca, lugar, Etc. (p: 340).”

### **En la Empresa**

El precio de un producto se considera un factor importante que determina la demanda, que el mercado hace de ese producto, lo cual el dinero entra a la empresa mediante sus precios, y se ve afectada a la posición competitiva de una empresa, sus ingresos y ganancias netas. (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:** Las estrategias marcadas por los Consejos de Administración determinarán las pautas, métodos y tiempos en la consecución de los objetivos.”

**Política Financiera:** Los recursos financieros de una empresa y su capacidad de endeudamiento van a condicionar de forma contundente el tipo de producto y, sobre todo, las fases de ejecución de los distintos procesos operativos y comerciales. El factor financiero se convierte así en el combustible básico y necesario para acometer el proyecto. Su influencia es importantísima para la determinación del precio final.”

**Política Personal:** La estructura de personal de una empresa y la flexibilidad de ésta condicionarán una parte importante del coste del producto y, por tanto, del precio final. Las estructuras fijas a veces permiten tener más consolidada la curva de aprendizaje y niveles más eficientes de actividad, pero en otros casos esa falta de flexibilidad nos lleva a niveles de menor

eficiencia y flexibilidad en el desempeño de las tareas, con el consiguiente recorte en márgenes y la necesidad de ajustes finales en el precio final.”

### **Factores Externos que influyen en el Precio**

**La Competencia:** El precio será fijado por la empresa con base a la composición o estructura de costes de la misma, pero siempre sin olvidar el referente del mercado. La competencia y los productos sustitutivos nos definirán el marco de referencia a partir del cual podremos movernos para la fijación del precio final. Esta limitación va a obligar a la empresa a adaptar sus estructuras productivas para poder acudir al mercado con precios aceptados por el cliente, pero siempre con la rentabilidad mínima requerida para poder seguir ofertando este producto. En muchas ocasiones las empresas deben desistir en su intento de sacar ciertos productos por tener estructuras y procesos con costes superiores a los ingresos que el precio, impuesto por el mercado, pueda generar.

### **Agentes económicos que intervienen en el proceso productivo**

Desde el diseño del producto hasta la venta al usuario final, hay un proceso a veces largo y complejo en el que intervienen numerosos agentes que componen los eslabones de esta cadena y que también inciden sobre la fijación del precio entre ellos están los intermediarios, proveedores, clientes y la estructura de mercado.

### **El costo total de producción más margen de ganancia**

Con este método, la empresa determina el costo total de producción (los costos totales tanto variables como fijos de producción) y aplica un porcentaje de margen de ganancia para cubrir los costos de operación más la ganancia. El porcentaje del margen de ganancia puede determinarse mediante la práctica de la industria, el criterio o un nivel de utilidad deseado. (p. 379-380).

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo General**

- Proponer una estructura de costos para determinar el precio de venta del café en la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café, Jaén 2018.

### **1.5.2. Objetivo Específicos**

- Diagnosticar la situacional económico de la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Jaén 2018.”
- Analizar los Costos para determinar el precio de venta del café de la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Jaén 2018.
- Diseñar una Estructura de costos tendiente a la fijación del Precio de venta de la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Jaén 2018.

### **1.6. Hipótesis**

**H1:** Una Estructura de Costos fija eficientemente el precio de venta del café en la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café, Jaén 2018.

### **1.7. Justificación**

#### **Justificación Social:**

Mediante la Investigación se brindó una herramienta que ayudara a la Cooperativa a mejorar sus costos, 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. Mejorar a las demás empresas que están vinculadas al café.”

#### **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 estructura de costos y cómo fijan el precio de venta, pues mediante la guía de observación nos ayudó a obtener información que es lo que realmente sucede dentro de la Cooperativa, mediante el análisis documental de los costos a través de las fichas textuales, documentos, comentarios, etc.

#### **Justificación Práctica**

Mediante el trabajo de investigación se presentó una oportunidad de propuesta a la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda., 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.

## II. MATERIALES Y METODOS

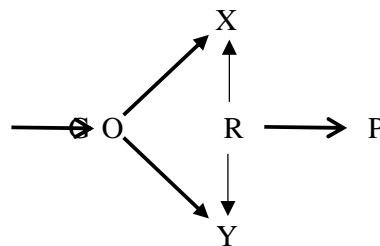
### 2.1. Tipo y Diseño de la Investigación

#### - Tipo de Investigación:

**El presente trabajo dado su naturaleza es de tipo 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 importantes de cualquier fenomeno que se analice,especifica tendencias de un población”.(p.92).

#### - Diseño de Investigación: No Experimental

En el diseño del presente trabajo de investigación es No Experimental , ya que no se realizó modificación alguna de las variables en estudio. Segun Hernandez , Fernández y Babtista (2016) afirman que el diseño es “ Un plan o una estrategia para alcanzar la información que se requiere en una investigación”. ( p.128). Pues si el diseño que escojimos esta hecha cuidadosamente, el producto final del estudio será un éxito.



Dónde:

G= Grupo de observación. Cooperativa Sol & Café Jaén 2018.

O= Observación de las variables de estudio: Costos y Precio de Venta, mediante la técnica de la entrevista y el análisis documental.

X= Variable independiente: estrategias financieras

Y= Variable dependiente: liquidez

R= Relación entre variables

P= Propuesta

## 2.2. Población y Muestra

### Para la Entrevista

**Población:** La población está constituida por los 4 trabajadores de la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Jaén 2018.

El tamaño poblacional es de 4 Trabajadores. Ver tabla 1

*Tabla 1*

*Cargo laboral de los colaboradores de la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Jaén 2018.*

<b>Cargo Laboral</b>	<b>N° de Trabajadores</b>
Gerente	1
Contador	1
Personal de apoyo	2
<b>Total</b>	<b>4</b>

*Fuente: Administración de la Empresa*

**Muestra:** La muestra está conformada por la Gerente y el Contador de la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Jaén 2018.

### Para el análisis documental

**Población:** La Población está conformada por todos los documentos de la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda., desde su constitución en el año 2008 hasta el 2018 en la ciudad de Jaén Región Cajamarca.

**Muestra:** La muestra está constituida por los Estados Financieros del año 2016 y 2017 de la Cooperativa de Servicios Múltiples Ltda. Jaén - 2018.



## 2.3. Variables

Variables

Estructura de costos (X)

Fijación de Precios de Venta (Y)

Variables	Definición
Variable Independiente: Estructura de Costos	Según Ortiz y Rivero ( 2006) definen que <b>la estructuración de costos,</b> ” Es un proceso orientado a organizar de manera práctica la gestión de costos, basado en las prioridades estratégicas y operativas de la organización. Como tal, debe cubrir todas las operaciones de la organización, [...]” (p. 04).
Variable Dependiente: Fijación de precios Venta	Aguilar, (2018) definen de una forma específica que la fijación de precios “Es la manera como las empresas le dan un valor monetario a sus productos y servicios. Para fijar los precios, las empresas deben evaluar el contexto Económico y la relación entre la demanda y oferta de dicho bien [...]” (p: 585).

**Fuente:** Elaboración propia

## 2.4.Operacionalización de Variables

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

**Fuente:** Elaboración propia

## **2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de la información**

### **Entrevista:**

Es una herramienta de gran ayuda para el investigador, según Hernandez , Fernández y Babtista (2016) señalan que “Es una técnica o instrumento de recolección de datos [...], inmediata y personal, una conversación generalmente oral entre dos o más personas, de los cuales uno es el entrevistador y el otro el entrevistado, éste tiene como finalidad obtener información” (p.403). Lo importante de una entrevista es que podemos apreciar su punto de vista del entrevistado ya se puede desplazar en sus respuestas.

### **Guía de Entrevista**

La presente guía de entrevista se aplicó al Gerente y al Contador de la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda., y tiene como objetivo recolectar información acerca de los costos y el precio de venta. En base a 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 Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda, de la ciudad de Jaén año 2018, lo cual tiene como objetivo recolectar información de dichos documentos y dar a conocer de una forma más clara y precisa.

### **Validación**

Según Hernandez , Fernández y Babtista (2016), definen como validez “ El grado en que un instrumento mide realmente la variable que se busca 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 2 docentes de la Universidad Señor de Sipan.

- Mario Ignacio Farfán Ayala, Docente en la USS.
- Segundo Suarez Gasco, Magister en Contabilidad, Contador y Administrador.

### **Método Analítico**

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

La desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para entender su esencia, lo cual nos permitirá conocer más del objeto de estudio, por ende se podrá explicar, hacer analogías, comprender, mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías (p.13).

### **Método Deductivo**

Según Ruiz (2007) en su libro señala que el Metodo Deductivo “Permite pasar de afirmaciones de carácter general a hechos particulares, esto implica pasar de los resultados obtenidos de observaciones o experimentos al planteamiento de hipótesis” (p: 20). Este método nos va ayudar a describir todo tipo de consecuencias desconocidas de principios conocidos, también este procedimiento es necesario para poder comprobar las hipótesis con base en el material empírico obtenido a través de la práctica científica, aplicando Teorías, formulas, Operacionalización de variables, leyes.

### **Aspectos éticos**

Respeto a la dignidad de la persona, es un valor central de los estados democráticos que tiene como fundamento la búsqueda de la justicia, la libertad, la igualdad, la seguridad y la solidaridad, es por ello que se prevale ante todo la dignidad de la personas, tomando en cuenta su libre participación en la investigación.

Asimismo, en todo momento (antes, durante y después de cada procedimiento) se ha respetado la privacidad a través del anonimato de los sujetos de investigación.

Responsabilidad y libertad: Este principio señala que la persona ha de ser libre al decidir sobre la decisión que debe tomar en base a un conocimiento racional de los hechos y desde su propia libertad. Esta libertad debe venir acompañada de responsabilidad.

Por ello en este trabajo de investigación se hizo uso de estos valores mediante el consentimiento de los informantes para que asuman con responsabilidad y libertad la participación de este estudio.

Principio de sociabilidad y subsidiaridad: Este principio obliga a respetar siempre los derechos de la persona. Subsidiaridad es atender las necesidades de los demás sin sustituirles en su capacidad de decidir y actuar, implica también que las instancias superiores de la sociedad como: gobiernos instituciones u organizaciones ayuden a las instancias inferiores: individuos, familia y asociaciones.

### III. RESULTADOS

#### 3.1.Tablas y Gráficos

**Tabla 1**

Balance General año 2016 y 2017 de la empresa de Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda.

	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>ACTIVO</b>		
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		
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
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		
Inmuebles, maquinarias y equipo	182821	200608
Otros Activos	202829	247238
Total Activos no Corrientes	385650	447846
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1383867</b>	<b>2054578</b>

**PASIVO Y PATRIMONIO NETO****PASIVO CORRIENTE**

Sobregiros Y Pagarés 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	-	-

<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1096122</b>	<b>1962338</b>
---------------------	----------------	----------------

**PATRIMONIO NETO**

Capital	500000	500000
Resultados Acumulados	335806	573409
Resultado del Ejercicio		

<b>Total Patrimonio</b>	<b>835806</b>	<b>1073409</b>
-------------------------	---------------	----------------

<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>1383867</b>	<b>2054578</b>
----------------------------------	----------------	----------------

*Fuente: Analisis documental*

En la tabla 1 presenta el Estado de Situación Financiera, donde se observa que la partida de Efectivo y Equivalente de efectivo es bastante elevada en comparación con el año 2016 y 2017, al parecer esto corresponde a la cuenta sobregiros y Pagarés Bancarios que también se ha visto incrementada.

**Tabla 2**

Estado de ganancias y pérdidas por función de la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café  
año 2016 y 2017

DESCRIPCIÓN	2016	2017
	S/.	
Ventas Netas (ingresos operacionales)	4,227,881.00	S/. 6,104,446.00
Otros Ingresos Operacionales		
	S/.	
Total de Ingresos Brutos	4,227,881.00	S/. 6,104,446.00
	S/.	
(-)Costo de ventas	3,773,569.00	S/. 5,331,349.00
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>S/. 454,312.00</b>	<b>S/. 773,097.00</b>
Gastos Operacionales		
(-)Gastos de Administración	S/. 79,903.00	S/. 230,235.00
(-)Gastos de Venta	S/. 70,948.00	S/. 105,444.00
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>S/. 303,461.00</b>	<b>S/. 437,418.00</b>
Otros Ingresos (gastos)		
Ingresos Financieros		
(-)Gastos Financieros	S/. 72,507.00	S/. 100,392.00
Otros Ingresos		
Otros Gastos		



Resultados por Exposición a la Inflación

**Resultados antes de Participaciones, S/. 230,954.00 S/. 337,026.00**

Resultados antes de Partidas Extraordinarias

Ingresos Extraordinarios

Gastos Extraordinarios

**Resultado Antes de Interés Minoritario S/. 230,954.00 S/. 337,026.00**

---

**Utilidad (Pérdida) Neta del Ejercicio S/. 230,954.00 S/. 337,026.00**

---

*Fuente: Análisis documental*

En la tabla 2 presenta el Estado de Ganancias y Pérdidas de los años 2016 y 2017, donde se puede apreciar que para el año 2017 tuvo un incremento considerable tanto en Ventas como el Margen de Utilidad como en con respecto al año 2016.

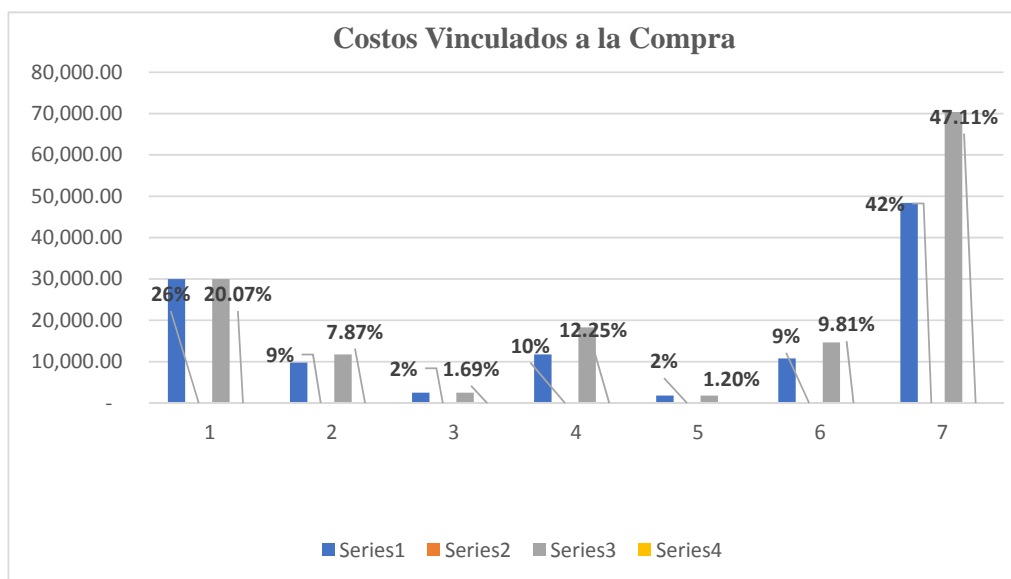
**Tabla 3**

*Costos Vinculados a la compra*

<b>COSTOS VINCULADOS A LA COMPRA</b>	<b>2016</b>	<b>Porcent aje</b>	<b>2017</b>	<b>Porcent aje</b>
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%
<b>Total</b>	<b>115,080.00</b>	<b>100%</b>	<b>149,449.00</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Análisis Documental de la Empresa*



**Figura 3:** Costos Vinculados a la Compra de la Cooperativa Sol & Café Ltda.

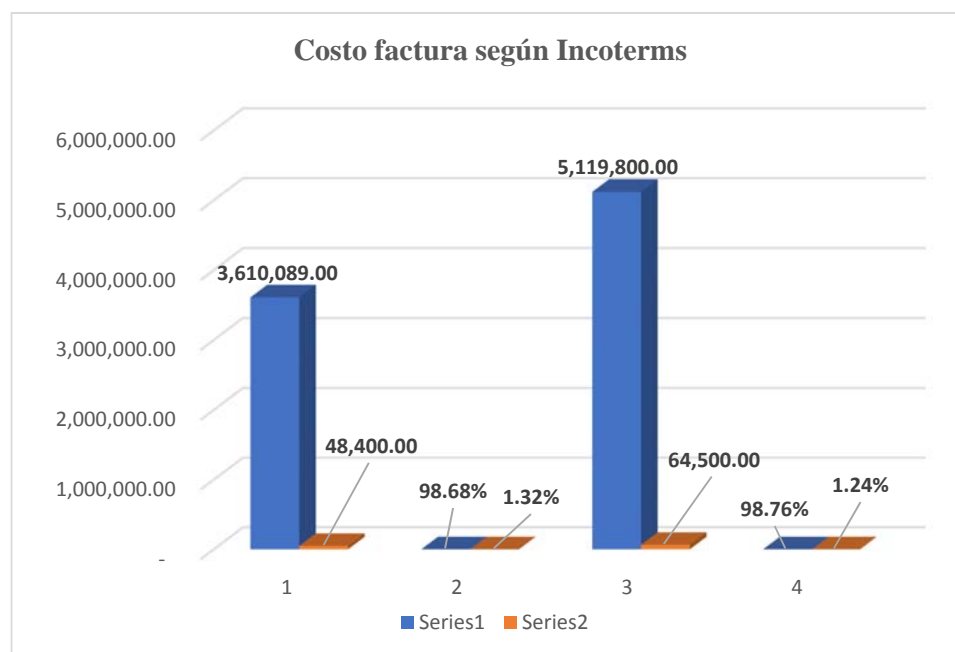
En la Tabla 3 se presenta los costos vinculados a la compra teniendo como referencia los años 2016 y 2017 y el costo más alto en ambos años es el servicio de en el servicio de Transporte de Paita hasta el local comercial. Ver Figura 3.

**Tabla 4**

*Costo de factura Según Incoterms*

COSTO EN FACTURA SEGÚN INCOTERMS	Porcent		Porcent	
	2016	aje	2017	aje
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%
<b>COSTO DE LA MERCADERIA SEGÚN INCOTER</b>	<b>3,658,489.00</b>	<b>%</b>	<b>5,184,300.00</b>	<b>%</b>

*Fuente: Análisis Documental de la Empresa*



**Figura 4:** Costo factura según Incoterms de la Empresa

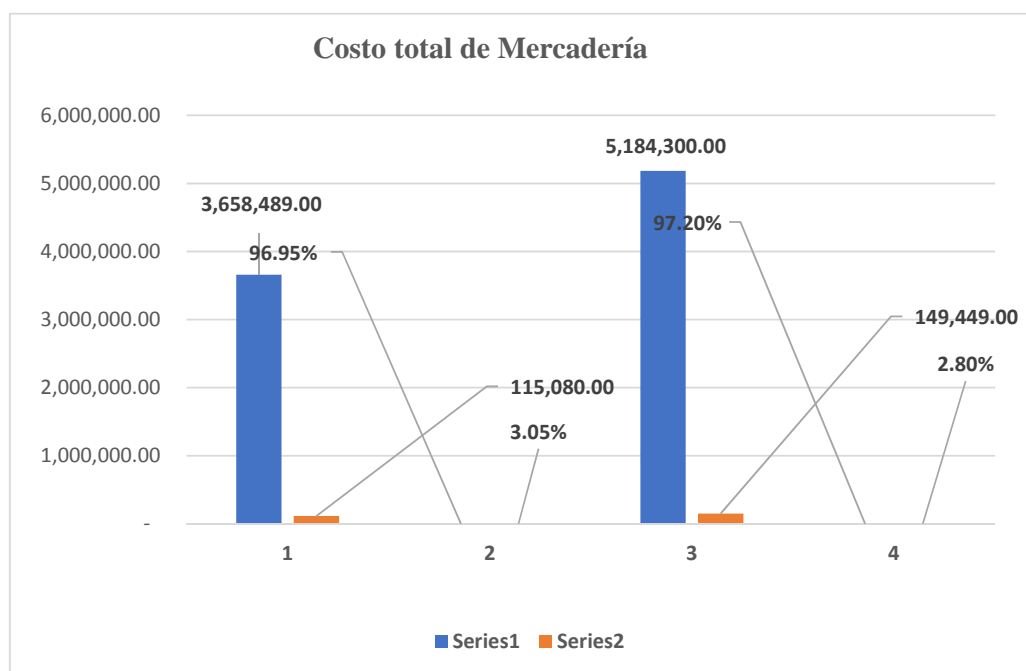
En la tabla 4, se presenta el costo factura según Incoterms podemos apreciar que el costo que más incurre es el costo de la mercadería para ambos años 2016 y 2017 con más de un 98%. Ver figura4.

**Tabla 5**

*Costo total de Mercadería año 2016 y 2017*

<b>Costo Total de Mercadería</b>	<b>2016</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>2017</b>	<b>Porcentaje</b>
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%
<b>COSTOS TOTALES ANUALES</b>				
<b>(COSTO DE VENTA)</b>	<b>3,773,569.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,333,749.00</b>	<b>100.00%</b>

III. *Fuente: Análisis Documental de la Empresa*



**Figura 5:** Costo total de Mercadería correspondiente al año 2016 y 2017

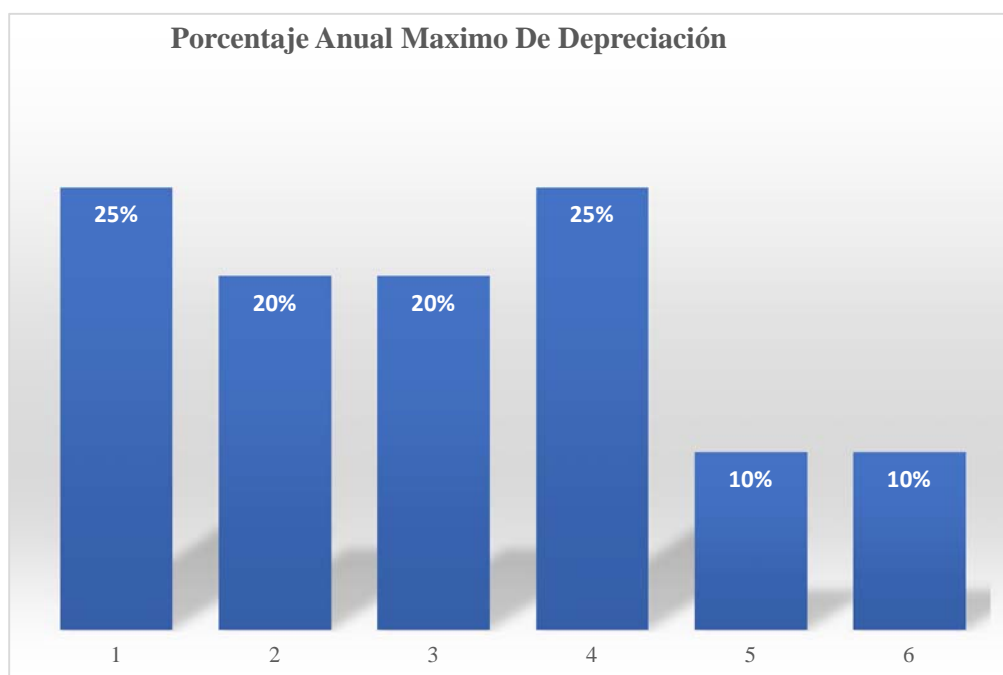
En la tabla 5, se observa como la empresa divide sus costos en costo factura según Incoterms, siendo este el mayor costo que tienen en ambos años y Costos Vinculados a la Compra teniendo como referencia los años 2016 y 2017, Ver figura 5.

**Tabla 6**

*Tabla de Depreciación según SUNAT*

<b>BIENES</b>	<b>PORCENTAJE ANUAL MAXIMO DE DEPRECIACIÓN</b>
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 6:** Porcentajes de Depreciación de Activos SUNAT 2018.

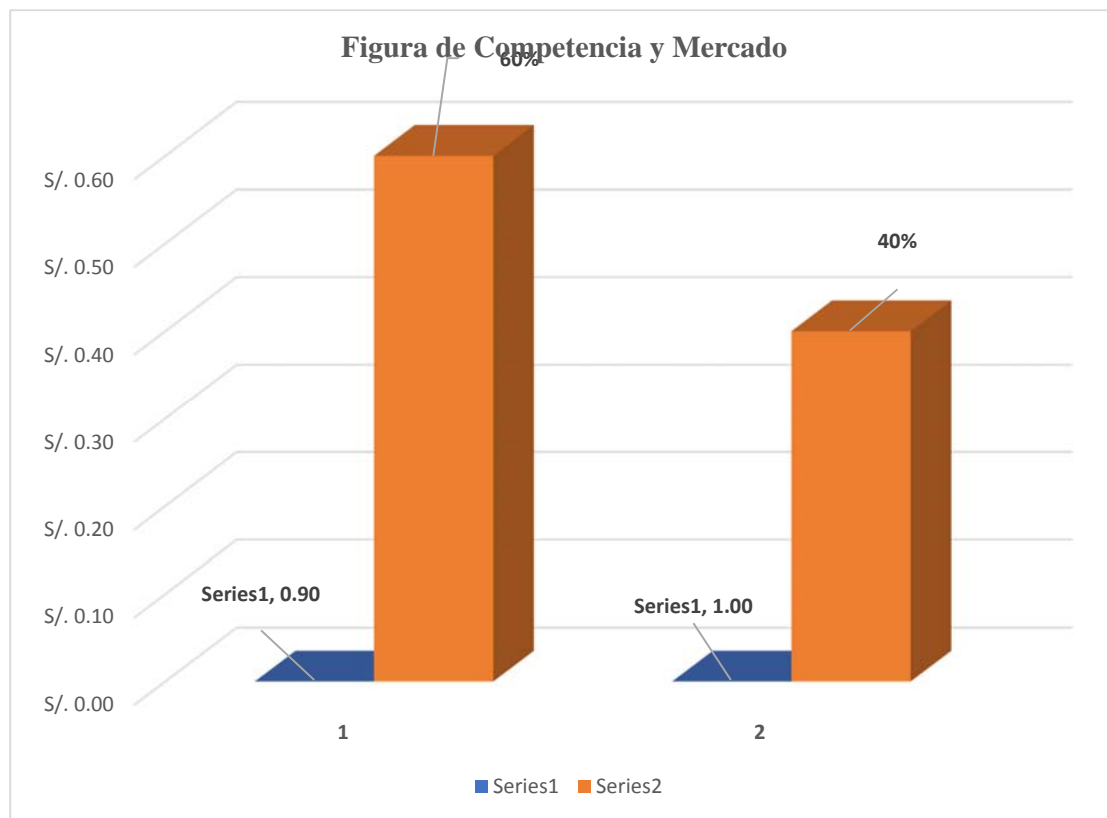
En la tabla 6, se presenta las depreciaciones según SUNAT, y la empresa toma en cuenta dichos porcentajes para la depreciación de sus Activos. Ver figura 6.

**Tabla 7**

*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 7.** Tipo de Mercado y los Precios que venden el producto.

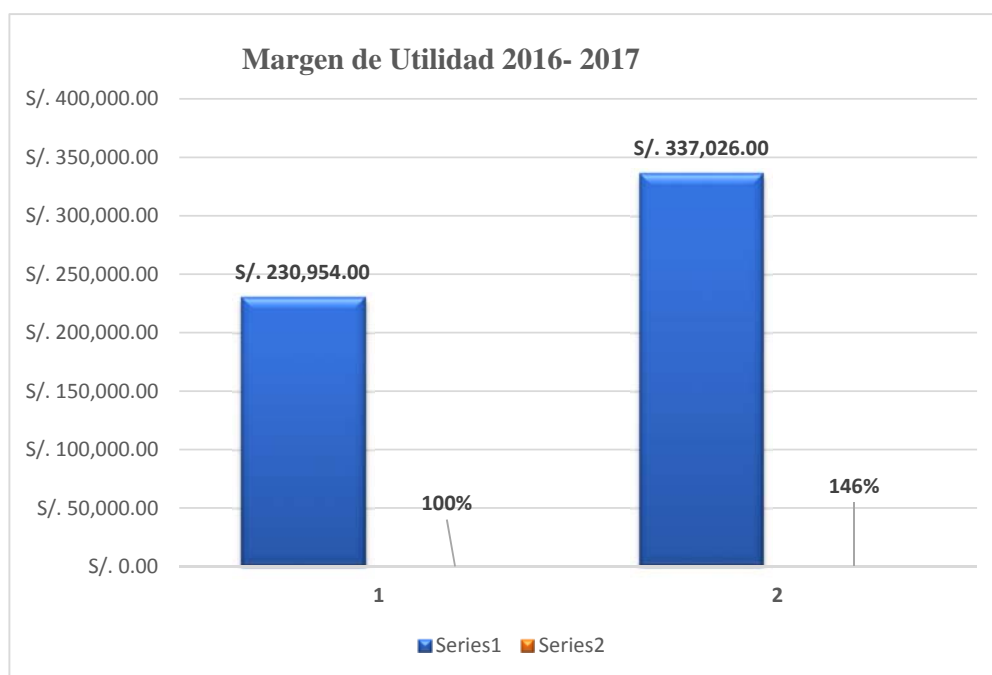
En la tabla 7, se representa los precios de como venden la empresa y la Competencia, y se observa que la competencia venden a S/ 1.00, y la empresa a S/ 0.90. Ver figura 7.

**Tabla 8**

*Tabla de Margen de Utilidad*

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

*Fuente: Análisis Documental del Estado de Resultado*



**Figura 8:** Margen de Utilidad de la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Declaradas en los años 2016 y 2017.

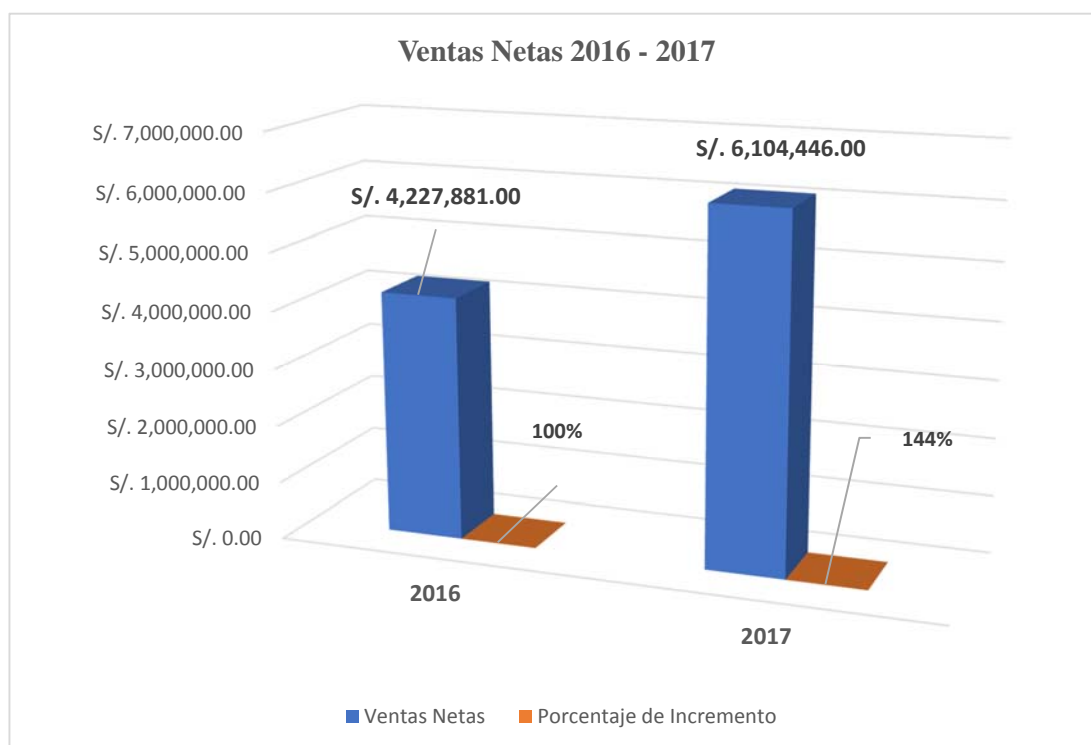
En la tabla 8, se presenta el margen de Utilidad de dos años, tomando como base el año 2016 con respecto al año 2017, y se puede observar que en el año 2017 hubo un incremento del 46%. Ver figura 8.

**Tabla 9**

*Tabla de Ventas Netas*

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

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



**Figura 9:** Ventas Netas Declaradas en el año 2016 y 2017

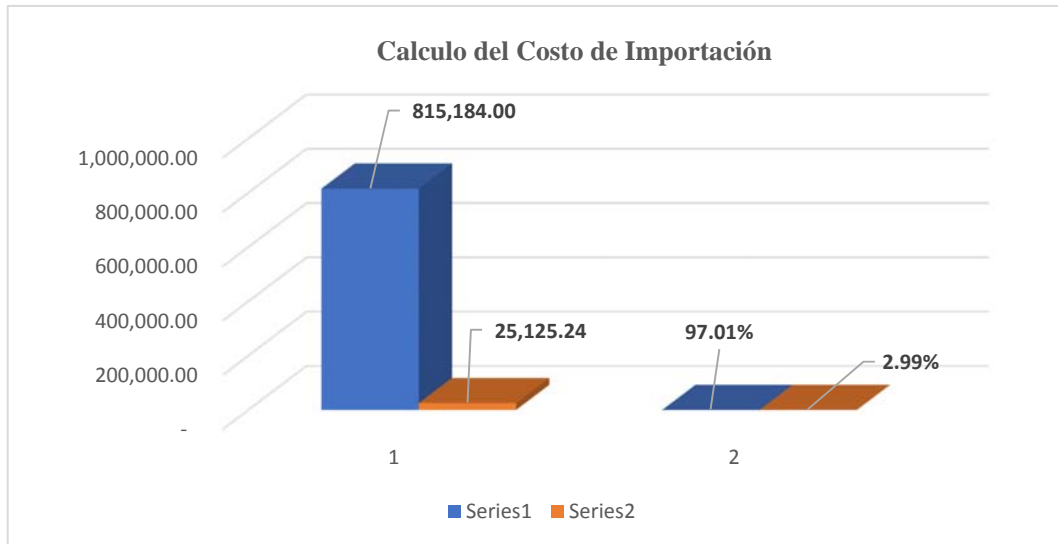
En la tabla 9, se presenta las ventas declaradas de dos años, tomando como base el año 2016 con respecto al año 2017 que comparado esos dos años se pudo observar un incremento del 44%, lo cual es muy favorable para la empresa



**Tabla 10***Tabla de Cálculo de Costo de Importación*

<b>CONCEPTO SUJETO A REVISION</b>	<b>IMPORTE EN SOLES</b>	<b>TASA DE PARTICIPACION</b>
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	
<hr/>		
Importe de la Factura Comercial (\$ 296.00 X 850 Cajas de café)	\$251,600.00	
<b>TIPO CE CAMBIO A LA FECHA DE INGRESO TC VENTA</b>	<b>3.24</b>	

*Fuente: Análisis Documental*



**Figura10:** Importe del Costo de la Mercadería y tasa de Participación

En la tabla 10, 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 10.

#### **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 Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & café 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.

Farias (2016). En su trabajo de tesis denominado “Incidencia de la fijación de precios de venta del producto en los niveles de competitividad de las MIPYMES, 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. Farias, 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 juega un papel primordial ya que de ello dependerá la rentabilidad de la empresa (Margen), y por ende la continuidad del ente.

Domínguez (2016), en su tesis sostiene que se debe tener claro los costos de producción 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 Cooperativa Sol & Café, 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 no se realiza un análisis exhaustivo de los costos, 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.

Álvarez (2015), en su tesis estructura de costos de producción de maíz amarillo, para fijar precios de venta de la empresa Agrícola Trigo Limpio SRL, se indica que a empresa no cuenta con una estructura de costos definida, lo cual no le permite 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 la Cooperativa Sol y Café, no se cuenta con una estructura de costos que permita tomar decisiones, solo se acumulan costos para brindar información a la Superintendencia de Administración Tributaria (SUNAT), tal y como se muestra en Tabla 3,4,5 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.

Vargas (2014), en su propuesta de “Diseño de una Estructura de Costos y su Incidencia en la Gestión de la Empresa Comercializadora de Vehículos Neo Motors SAC, también concluye la importancia de tener una estructura 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 el presente trabajo de investigación, en la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café, ayudara esta estructura a tomar 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.

Cruz y Reymundo (2016), en su trabajo de investigación para obtener su título profesional, denominado Sistema de Costo Estándar en el control de Recursos y Fijación de Precio de la Empresa Geelva Kids”, en la cual hace mención que el costo se establece con el fin de aplicar un porcentaje para determinar el precio de venta, 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 estructura de costos la correcta fijación del precio 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 diferencia 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 estructura de costos que permita tener un panorama claro de los costos incurridos en el proceso 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.

## V. CONCLUSIONES

El presente trabajo tuvo como objetivo general Proponer una estructura de costos para determinar el precio de venta del café, así como, efectuar un diagnostico situacional económico y analizar los g a la fijación del Precio de venta de la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol y Café Ltda. Jaén 2018 se concluye lo siguiente:

1. La empresa no cuenta con una estructura de costos definida, 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.
2. Es de vital importancia el tener una estructura de costos adecuada, que permita asignar los precios de venta correctos que vayan acorde del mercado y que no vayan en contra de los márgenes esperados por los accionistas.
3. El conocer de manera más acertada los costos de ventas permite a la empresa generar oportunidades de venta, conocer el precio marginal que se puede aplicar en venta puntuales que le permitan obtener mejores ventas, esta estructura permite aplicar precios y evitar así tener base en la aplicación de mismo y dejar de hacerlo de manera empírica como se ha venido desarrollando.

## **VI. RECOMENDACIONES**

El presente trabajo de investigación tiene las siguientes recomendaciones a la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Jaén - 2018

1. Se recomienda a la Cooperativa que debe efectuar un diagnóstico situacional económico de manera continua para poder evaluar la Situación económica y tomar decisiones acertadas en bien de la organización.
2. Se recomienda a la empresa analizar los costos para mejorar los precios de venta y así poder ser más competitivos dentro del mercado y entre las demás empresas del mismo rubro.
3. Por último, se recomienda a la empresa aplicar la propuesta de estructura de costos para fijar su precio de venta de su producto, el que se plantea en el trabajo de Investigación.

## VII. REFERENCIAS

- Argandoña 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>
- Aliaga, 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>
- Álvarez, M. H. (2015). *ESTRUCTURA DE COSTOS DE PRODUCCION POR HECTAREA DE MAIZ AMARILLO PARA LA MEJOR FIJACIÓN 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>
- Aguilar, M. M. (2018). *Administración de Costos Contabilidad y Control*. Perú: Cengage Learning Editores. Obtenido de <http://latinoamerica.cengage.com>
- Dominguez & 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>
- Cruz Alayo, A. C., & Reymundo Arroyo, Y. d. (2016). *SISTEMA DE COSTO ESTÁNDAR EN EL CONTROL DE RECURSOS Y FIJACIÓN DEL PRECIO DE LA 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>
- Dominguez, N. (2016). *ESTRUCTURA DE COSTOS POR PROCESOS EN LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE VENTA PARA LA PRODUCCIÓN DE QUESO TIPO PARIÁ 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](http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/686/3/Norka_Tesis_bachiller_2016.pdf)

Farias 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>

Gonzales Colín, J. (2008). *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>

Gamero 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>

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ COLLADO, C., & BAPTISTA LUCIO, P. (2016). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. MEXICO D.F: Mc Graw Hill Education. Obtenido de <https://metodologiaecs.wordpress.com/2016/01/31/libro-metodologia-de-la-investigacion-6ta-edicion-sampieri-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/>

Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2014). *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>

Vargas 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](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/984/valderramaneyra_leonor.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

VISA Empresarial. (20 de Febrero de 2015). *Errores al fijar precios*. Obtenido de [https://visaempresarial.com/pe/noticias/errores-al-fijar-precios\\_872](https://visaempresarial.com/pe/noticias/errores-al-fijar-precios_872)

## ANEXOS

### GUÍA DE ENTREVISTA

Aplicada al Contador de la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Jaén 2018

**Objetivo:** Recolectar información acerca de Cómo Estructuran sus costos para Fijar el Precio de Venta de la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Jaén 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 Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Jaén 2018?

-----  
-----

2.- ¿En qué tiempo de terminan la depreciación de sus activos de la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Jaén 2018?

-----  
-----

3.- ¿Cuáles son los costos que más incurre dentro de la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Jaén 2018?

-----  
-----

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 los 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 la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Jaén 2018?

## GUÍA DE ENTREVISTA

Aplicada al Gerente de la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Jaén 2018

**Objetivo:** Recolectar información acerca de cómo Estructuran sus costos para Fijar el Precio de Venta de la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Jaén 2018

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

¿Maneja alguna Estructura de Costos en la Cooperativa?

-----  
-----

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

-----  
-----

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

-----  
-----

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

-----  
-----

¿Cómo analiza su rentabilidad de la empresa?

-----  
-----

¿Cuáles son sus canales de distribución?

-----  
-----

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

-----  
-----

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

-----  
-----

¿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?

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

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS</b>
¿De qué manera una estructura de costos fija adecuadamente el Precio de Venta del café en la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Jaén 2018?	<p>Proponer una estructura de costos para determinar el precio de venta del café en la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol &amp; Café Ltda. Jaén 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>	Una Estructura de Costos fija eficientemente e el precio de venta del café en la Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda. Jaén 2018.	<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
				<b>DISEÑO</b>	<b>MUESTRA</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>	
				No experimental	El Gerente de la empresa y el Contador	<p>Guía de Observación</p> <p>Guía de Entrevista</p> <p>Guía de Análisis Documental</p>	

**DECLARACIÓN JURADA**

DATOS DEL AUTOR: Autor  Autores

**Quispe Estela Perla Edeli**

Apellidos y nombres

**48236446**      **2161803503**      **Complementación**

DNI N°

Código N°

Modalidad de estudio

**Administración**

Escuela académico profesional

**Ciencias Empresariales**

Facultad de la Universidad Señor de Sipán

Ciclo X

**DATOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Trabajo de investigación

**DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:**

1. Soy autor o autores del proyecto y/o informe de investigación titulado

**ESTRUCTURA DE COSTOS PARA FIJAR EL PRECIO DE VENTA DEL CAFÉ DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES SOL & CAFÉ Ltda. JAÉN 2018.**

La misma que presento para optar el grado de:

Bachiller en Administración

2. Que el proyecto y/o informe de investigación citado, ha cumplido con la rigurosidad científica que la universidad exige y que por lo tanto no atentan contra derechos de autor normados por Ley.
3. Que no he cometido plagio, total o parcial, tampoco otras formas de fraude, preterita o falsificación en la elaboración del proyecto y/o informe de tesis.
4. Que el título de la investigación y los datos presentados en los resultados son auténticos y originales, no han sido publicados ni presentados anteriormente para optar algún grado académico previo al título profesional.

Me someto a la aplicación de normatividad y procedimientos vigentes por parte de la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN y ante terceros, en caso se determinara la comisión de algún delito en contra de los derechos del autor.



**Quispe Estela Perla Edeli**

DNI N° 48236446





**FORMATO N° T1-CI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES)**  
(LICENCIA DE USO)

Pimentel, 11 de Diciembre del 2018

Señores  
Centro de Información  
Universidad Señor de Sipán  
Presente. -

La suscrita:

QUISPE ESTELA PERLA EDELI, con DNI: 48236446.

En mí (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) del trabajo de grado titulado:

**ESTRUCTURA DE COSTOS PARA FIJAR EL PRECIO DE VENTA DEL CAFÉ DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES SOL & CAFÉ Ltda. JAÉN 2018.**, presentado y aprobado en el año 2018 como requisito para optar el Grado de Bachiller, de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la EAP de Administración por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Centro de Información de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en la página Web del Centro de Información, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
QUISPE ESTELA PERLA EDELI	48236446	