



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
CONTABILIDAD**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**DISEÑO DE UN SISTEMA DE COSTEO BASADO EN
ACTIVIDADES PARA INCREMENTAR LA
RENTABILIDAD DE LA PANADERÍA "LAS
CANASTAS", JAÉN - 2018**

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

**Autora:
Hurtado Pérez Maggali**

**Asesor:
Mg. Cachay Sánchez Lupe Del Carmen**

**Línea de Investigación:
Costos y Contabilidad aplicada**

**Pimentel - Perú
2019**

RESUMEN

El objetivo general del estudio fue diseñar un sistema de costeo basado en actividades para incrementar la rentabilidad de la Panadería “Las Canastas” - Jaén, 2018. La formulación del problema fue: ¿De qué manera el diseño de un sistema de costeo basado en actividades permite incrementar la rentabilidad de la Panadería “¿Las Canastas” - Jaén, 2018? La metodología se basó en un diseño no experimental, de tipo descriptivo, propositivo, la técnica de recolección de datos fue una entrevista y el análisis documental, se utilizó el método analítico y deductivo-inductivo para el análisis de la información.

Los resultados evidenciaron que, en relación a los cuatro productos de mayor rotación, existe pérdida en los 4, respecto al pan de yema, existe una pérdida de –S/0.07, en cuanto al pan de sal, existe una pérdida de –S/0.05, respecto al bizcocho de dulce, existe una pérdida de –S/0.13. y por último respecto a la cemita de dulce, existe una pérdida de –S/0.08.

Se concluye que la propuesta de un diseño de costeo ABC, para la Panadería “Las Canastas” – Jaén, es necesario, pues luego del análisis de costos, aplicando el sistema de costeo en la empresa se logrará redefinir la determinación de los precios influyendo en el incremento de la rentabilidad, considerando los precios de S/0.20 por unidad para el pan de yema y el pan de sal, para el bizcocho de dulce S/0.30 y para la cemita de dulce S/0.30.

Palabras clave: Costeo basado en Actividades, rentabilidad.

ABSTRACT

The general objective of the study was to design a costing system based on activities to increase the profitability of the Bakery "Las Canastas" - Jaén, 2018. The formulation of the problem was: How to design a costing system based on activities allows to increase the profitability of the Bakery "The Baskets" - Jaén, 2018? The methodology was based on a non-experimental, descriptive, proactive design, the technique of data collection was an interview and the documentary analysis, the analytical and deductive-inductive method was used for the analysis of the information.

The results showed that, in relation to the four products with the highest turnover, there is a loss in the 4, with respect to yolk bread, there is a loss of -S / 0.07, as for the salt bread, there is a loss of -S / 0.05, regarding the sweet sponge cake, there is a loss of -S / 0.13. and finally with respect to the candy cemita, there is a loss of -S / 0.08.

It is concluded that the proposal of an ABC costing design, for the Bakery "Las Canastas" - Jaén, is necessary, because after the cost analysis, applying the costing system in the company, it will be possible to redefine the determination of prices influencing the increase in profitability, considering the prices of S / 0.20 per unit for yolk bread and salt bread, for the sweet biscuit S / 0.30 and for the sweet sherry 0.30.

Keywords: Costing based on Activities, profitability.

INDICE

I. INTRODUCCIÓN	6
1.1. Realidad Problemática	6
1.2. Trabajos Previos	8
1.3. Teorías relacionadas al tema	10
1.3.1 Costeo basado en actividades.....	10
1.3.2 Rentabilidad.....	16
1.4. Formulación del problema.....	21
1.5. Justificación e importancia	21
1.6 Hipótesis	22
1.7 Objetivos	22
1.8 Limitaciones	22
II. MATERIAL Y MÉTODOS.....	25
2.1 “Tipo y Diseño de Investigación	25
2.1.1Tipo de Investigación	25
2.1.2. Diseño de la Investigación	25
2.2. Población y muestra.....	26
2.3 Variables, Operacionalización.....	27
2.3.1 Variables.....	27
2.3.2 Operacionalización.....	28
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de Información.....	29
2.4.1 Técnicas.....	29
2.5. Procedimientos de análisis de datos.....	29
III. RESULTADOS.....	31
5.1 Conclusiones	49
5.1 Recomendaciones	50
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	52
ANEXOS	53

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

A Nivel Internacional

España:

En los últimos años se viene observando en las empresas españolas un creciente grado de implantación del Sistema de Costes y de Gestión basado en las actividades, respecto al volumen de producto o de prestación de servicios destaca que las empresas que han decidido aplicar un sistema de costeo por actividades mantienen unos grandes volúmenes de producción, según la asociación española de contabilidad y administración de empresas (AECA) este sistema lo utiliza el 46,15% ascendiendo a un 31,90% aproximadamente las pequeñas y medianas empresas. Castillo, (2016).

México

Un caso de éxito de la implementación de costeo por actividades para incrementar la rentabilidad es la empresa Cadbury – Grupo Peñafiel, una compañía que controla diversas marcas del sector bebidas y panaderías, la cual en su modelo de negocio incluyó el costeo por actividades la empresa logró reducir el tiempo y costos de sus procesos, actualmente, el proceso se lleva a cabo en dos días, una mejora significativa en comparación con los 15 días que se necesitaban antes de la implantación y los costos se optimizaron en un 68%, estos resultados demuestran la efectividad del costeo por actividades para incrementar la rentabilidad. (Contreras, 2017).

A Nivel Nacional

En el Perú la industria de la panadería y pastelería bordea los 63 millones de dolares anuales, a pesar que durante los últimos años se ha desaselerado el consumo de estos insumos, las diversas mypes han implementado herramientas de gestión que optimice el uso de sus recursos,

sobre todo sistemas de costeo que generen un mayor nivel de rentabilidad. (Damian, 2017).

En Lima, hoy en día los panaderos en los últimos tres años han vivido tiempos complicados debido a la desaceleración del consumo y la forma de revertir esta situación pasa, por diversificar el negocio, innovar en la oferta de productos, romper los esquemas de trabajo tradicionales, implementar sistemas de costos y capacitar al personal tanto en labores técnicas como administrativas. El gerente de la empresa Aspan asevero que su rentabilidad incrementó en un 58.6% respecto al año anterior gracias a la implementación de un sistema de costeo por actividades, pero para ello fue necesario capacitar a su personal y mantener un control periódico de los procesos. (Menzoa, 2017).

A Nivel Local

Desde hace mucho tiempo las empresas enfrentan un significativo nivel de competencia, clientes altamente exigentes, menor duración del ciclo de vida de los productos, alto nivel de integración industrial, plataformas comunes de producción o prestación de servicios, múltiples líneas de productos y canales de distribución, entre otros. Ello, en definitiva, se traduce en un alto nivel de complejidad de las operaciones comerciales, a las cuales los sistemas tradicionales de costos no han sido capaces de apoyar adecuadamente.

Actualmente la Panadería “Las Canastas” de Jaén, debido a la ardua competencia del sector, ha tenido perdidas durante los ultimos periodos, generando una reducción significativa de su nivel de rentabilidad. Adicionalmente tiene un manejo del control de sus operaciones de manera empírica, y tiene una notable deficiencia en cuanto al cálculo y asignación de los costos, pues no cuenta con un sistema adecuado que le permita identificar la rentabilidad de cada producto que realizan. Esto conlleva que la Panadería antes mencionada, tenga una incertidumbre en cuanto a su rentabilidad, desconociendo así el resultado económico por cada producto producido, esto

produce una mala toma de decisiones, por las proyecciones que se realicen y la inadecuada estimación de los costos, pues no cuentan con información pertinente que ayude a determinar los costos reales y su margen de utilidad.

Si la situación persiste en el corto y largo plazo, la rentabilidad seguirá teniendo una tendencia negativa por ello surge, la necesidad de diseñar un sistema de costeo basado en actividades para la empresa Panadería “Las Canastas”, con el fin de incrementar su nivel de rentabilidad, permitiendo con este centro de costos la toma de decisiones mejorando la gestión de la panadería gracias a la información detallada de los costos directos, indirectos y totales.

1.2. Trabajos Previos

A Nivel Internacional

Fernandez (2014), Venezuela. En su tesis titulada: Gestión de costos en las empresas del sector panadero del municipio Maracabio del estado Zulia, esta investigación analiza el proceso de costos en las entidades del sector panadero de la municipalidad del estado de Zulia y plantea estrategias para mejorar el control de los costos lo que genera a los administradores y directivos tomar decisiones adecuadas. Por lo que se realizó un estudio de tipo descriptiva, con un diseño de campo no experimental de corte transeccional.

Los resultados que se obtuvieron aseguran que las entidades del sector usan un flujo de procedimientos por capacidades y lotes de producción a un corto tiempo (plazo), porque se realiza según la demanda de los clientes. Así mismo se encontró que el sistema de acumulación utilizados en los procesos de costos no cuenta con un sistema adecuado basado en las actividades que genera mejorar los sistemas tradicionales. Por lo que las empresas del rubro confirman contar con estructuras de los costos actualizados y estas reguladas para la fijación de los precios de los productos. Finalmente, se halló que las

entidades no realizan informes de costo detallados para la buena toma de decisiones.

A Nivel Nacional

Tomacini (2016), Puno. En su tesis titulada: Costos de Produccion y rentabilidad del C.I.S. Panaderia y Confiteria de la UNA, se realizo el estudio de investigacion mediante la influencia de los costos de produccion sobre la materia prima, mano de obra y los gastos de la produccion para la determinacion de la rentabilidad y su incidencia estimada en los periodos de 2011 y 2012. Por lo que se propone un adecuado sistema de costos que incrementara la rentabilidad del CIS. Panaderia y confiteria De La Una de Puno. Se llegar a demostrar mediante la determinacion de los costos en la elaboracion de productos para el año 2011. El pan integran por unidad tiene un precio de 0.19, el cachito de mantequilla tiene un costo unitario de 0.55, pan de yema un costo unitario de 0.59 y el paneton en bolsa cuesta 14.30 en el año 2012. El Pan Integral tiene un costo unitario de 0.26, cachito de mantequilla un costo unitario de 0.52, pan yema 0.52 y el paneton un 14.20, con lo que se busca es establecer la rentabilidad.

Con respecto a la rentabilidad obtenida de los periodos 2011-2012, el pan integran aumente en un 5% a diferencia del siguiente periodo fue -30%, el cachito de mantequilla arrojó un promedio de -10% respecto al periodo siguiente fue -4%, el pan de yema tuvo un promedio de -18%. Finalmente el paneton en bolsa tuvo un 10.63% y su variacion fue de 11.25%.

A Nivel Local

Timaná (2016). En su tesis titulada “Factores que influyen negativamente en la rentabilidad de la MYPE panadería Miraflores de Otuzco – Cajamarca”, el objeto principal de esta investigación es determinar qué factores influyen en la rentabilidad de la empresa en estudio. Mediante un tipo de investigación de diseño no experimental, la técnica usada para la recolección de datos fue mediante el análisis de los costos.

Los resultados que se obtuvieron, muestra la situación económica, financiera y producción de la MYPE panadería de Miraflores, negocio que se dedica a la panadería artesanal, se encuentra en una situación de crecimiento, respecto al aspecto económico y financiero demuestra que existe liquidez y solvencia, pero el proceso de producción no es bueno, porque no se alcanza el nivel de producción y ventas planteados. Se llega a la conclusión, que le hace falta un control sobre los recursos económicos y financieros, y la falta de este, causa un impacto negativo sobre el rendimiento de la inversión de la MYPE panadería Miraflores, esto dificulta la gestión de manera eficiente y eficaz de sus activos, que fomente más ventas y repercuta en la rentabilidad futura.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Costeo basado en actividades

El sistema de costos es quien define el proceso administrativo y contable para definir los datos que permiten estimar el costo de actividades de procesos, productos y servicios.” (Román, 2016 p.65).

Por lo que el sistema de costos en un principio se creó con el fin de acumular los costos que se realizó durante cada etapa o proceso de fabricación y en cuanto a la evaluación de los inventarios el costo de ventas, lo mismo ocurre para la proporción de la información relevante para el control, planeamiento y sobre todo la toma de decisiones. Así mismo se va crear un costeo para los productos terminados y en proceso. Sin embargo, aparecen nuevos sistemas que sirven de ayuda para cubrir lo que se viene mencionando, también contribuyen con una mejor gestión de costos.

Clasificación

Román (2016) afirma que los costos se clasifican en:

Según a la naturaleza del proceso de fabricación.

- a) Sistema de costos por ordenes: son la acumulación de los costos de la producción según especificaciones del cliente.

- b) Sistemas de costos por procesos: son las acumulaciones de los costos en sus diferentes procesos productivos.

De acuerdo a la fecha y método del cálculo.

- a) Sistema de costos históricos: son la acumulación de los costos reales ya sean pasado o incurridos, puede suceder con cada una de las ordenes de trabajo según sus fases.
- b) Sistemas de costos predeterminados: son costos que funcionan con otros ya calculados con anticipación al proceso de fabricación, sirven para compararse con los costos reales en las que se han incurrido para determinar el nivel de producción y tomar medidas adecuadas.
- c) sistema de costos estimados: son costos estimados por la empresa respecto a una producción durante un determinado periodo de tiempo. Por lo general se acoge al costo promedio real de los periodos pasados, con el fin de mostrar los cambios económica eficientes y que son preliminares ante el futuro. (Román, 2016)
- d) sistema de costos estándar: son las cantidades que la empresa prevee o cree que debe costar realizar un producto durante un periodo de tiempo determinado, sobre bases con certeza, condiciones económicas y otros factores. (Román, 2016)

De acuerdo al cálculo de los inventarios.

- a) Sistema de costos por absorción: este considera y acumula todos los costos de producción, tanto fijos como variables, considerados como parte del valor de los productos elaborados, bajo la premisa que todos los costos son necesarios para fabricar un producto.
- b) Sistema de costos directo o variable: considera y acumula sólo los costos variables como parte de los costos de los productos elaborados,

por cuanto los costos fijos sólo representan la capacidad para producir y vender independientemente a su fabricación.

De acuerdo a la filosofía del costo.

- a) Sistema de costos basados en actividades (ABC): este sistema se encarga de enlazar los costos indirectos con las actividades en que incurre la entidad. Las actividades se proponen en base a los costos indirectos que son mostrados como directos a las actividades desde el momento de la traslación de los productos (objeto de costos), la cantidad de actividades serán consumidas por los costos. Por lo que cabe decir que el costo total está conformado por costos directos y costos cercanos a ciertas operaciones que son tomadas en cuenta para añadir al valor de productos. (Román, 2016).
- b) Sistemas de costos objetivo: es un sistema que inicia su proceso del precio meta y un nivel de utilidad esperado, que determinan los costos en que una empresa debe caer para poder ofrecer un producto, costo meta (costo meta= precio meta- utilidad deseada).
- c) Sistema de costos basado en ventas: lo que busca es evitar los errores e inequidades entre las áreas, lo que ayuda a la aceptación del modelo. Más allá de facilitar el proceso de medición, transforma y mejora la cultura en las organizaciones, con el fin de orientarlas a una cultura de ventas. . (Román, 2016).

Definición sistema de costos por actividades

La filosofía de costeo basado en actividades es confiable y contribuye como algo novedoso, productos o servicios (objetos de costo) no consume recursos sino actividades. La propuesta metodológica fue inicio para hallar las respuestas a la distribución de los costos indirectos así mismo sirvió para

desarrollar lo que ahora conocemos como administración basada en operaciones. (Rocafort & Ferrer, 2014).

Objetivo del sistema de costos por actividades

El objeto del ABC es medir y establecer los precios según los recursos usados en las operaciones más no la distribución de costos comunes entre productos. El ABC identifica las actividades y operaciones prestadas por los recursos organizativos de apoyo. Siguiendo los gastos derivados de los recursos apoyándose hasta las operaciones, finalizando se tiene el costo total de cada una de las operaciones prestadas. (Blas, 2014)

Beneficios

Rocafort y Ferrer (2014) menciona que los beneficios del costeo por actividades son:

- a) Facilita el costeo justo por línea de producción, particularmente donde son significativos los costos generales no relacionados con el volumen.
- b) Analiza otros objetos del costo además de los productos.
- c) Indica inequívocamente los costos variables a largo plazo de los productos.
- d) Produce medidas financieras y no financieras que sirvan para la gestión de costos y para evaluación del rendimiento operacional.
- e) Ayuda a la identificación y comportamiento de costos y esta forma tiene el potencial para mejorar la estimación de costos.

Limitaciones.

Rocafort y Ferrer (2014) afirma que las limitaciones del costeo por actividades son:

- a) No se conocen consecuencias en cuanto al comportamiento humano y organizacional.

La información obtenida es histórica.

- b) La selección de cost-drivers y costos comunes a varias actividades no se encuentran satisfactoriamente resueltos.
- c) El ABC no es un sistema de finalidad genérica cuyos outputs son adecuados sin juicios cualitativos.

En las áreas de control y medida, sus implicaciones todavía son inciertas.

Etapas del diseño de costos por actividades

Etapa 1. Conocimiento preliminar de la estructura de costos.

Cuando se tiene contacto por primera vez con una entidad o departamento de una compañía, lo primero que se tiene que hacer es identificar la estructura de costos. En la primera etapa se aplica el estudio a priori, porque sino se hace este proceso podemos causar perdidas de recursos lo cual genera problemas para la empresa (el tiempo es uno de los principales) en escudriñar acciones irrelevantes con poca trascendencia. (Rocafort & Ferrer, 2014).

Etapa 2. Análisis de los procesos.

Las distintas entidades realizan diferentes estructuras de procesos, para implantar objetivos de si mismas, que sirve para cubrir y abastecer las materias primas, hacia las areas productivas, con el fin de comercializar productos terminados, etc. Actividades enlasadas con secuencia entre si, son las que crean los procesos. Los procesos engloba las actividades y operaciones interrelacionas con la finalidad de cumplir los objetivos, por lo que se obtendra como solucion el producto inicialmente deseado, y otros productos secundarios y el crap del sistema. (Rocafort & Ferrer, 2014).

Etapa 3. Análisis de las actividades.

Rocafort y Ferrer (2014) afirman que el análisis de las actividades es lo más importante en el sistema ABC, ya que éstas describen lo que hace la empresa, en que se invierte el tiempo y los distintos inputs. Las actividades dentro de una empresa son infinitas, puesto que se pueden descomponer en tareas y éstas en sus mínimas unidades de movimiento. Una gran cantidad de actividades significa mayores puntos de control, mayor necesidad de

análisis de información, etc. Lo que conlleva a la formación de un cuadro de situación de las posibilidades de cada compañía.

Etapa 4. Agrupamiento de las actividades.

Rocafort y Ferrer (2014) define que la cuarta etapa tiene la finalidad de simplificar cantidades o detalles, que aun quedan abiertos con etapas anteriores, todo ello porque se necesita obtener un resultado y análisis más profundo y adecuado. Por lo que facilitara el control que repercutira en la toma de decisiones, también existen criterios para la ejecución de esta etapa como son:

En muchas ocasiones se ejecutan actividades parecidas en los centros de costos que no son económicamente importante de manera independiente lo que conviene es analizarlas en conjunto.

Muchas veces se cree que dos o más actividades, tendrán un costo unido Cost Driver, a pesar de trabajar consecutivamente con el fin de ser distribuidas entre los objetos de costos. Si su importancia actual tiene un nivel bajo y su análisis en forma independiente no agrega ninguna información notable para la toma de decisiones, son candidatas a ser agrupadas.

Etapa 5. Determinación de los cost drivers o inductores de recursos.

Rocafort y Ferrer (2014) nos dice, que esta etapa tiene como finalidad encontrar la metodología adecuada para hacer el traslado de los costos de las actividades definidas en etapas anteriores. Se considerara actividades de apoyo para la ejecución de otras. Así mismo existira centros de costos que servirán de apoyo total para otros centros de costos, dentro de esto se diferenciara dos recursos distintos:

Recursos humanos: se observara el tiempo que le dedican los trabajadores de los centros de costos a cada una de las actividades que se viene realizando. Es necesario conocer la dedicación y esfuerzo que le dedican a las actividades que tienen un alto riesgo de recursos humanos, pero las dificultades se hallaran en actividades no rutinarias o habituales cuanto más alto sea mayor será la dedicación. Para ello Bendersky E. señala dos

técnicas que pueden ser útiles para revelar la información necesaria para asignar los costos de recursos humanos a las actividades:

Que los empleados llenen planillas donde deberá estar identificada la dedicación a cada una de las actividades.

Estar presente y ser parte de ellos al momento de la realización de las actividades y poder conocer de manera más eficiente y cierta.

Etapa 6. Determinación de los objetos de costos.

Los objetos del costo son productos, servicios o departamentos para el cual deseamos medir, acumular y asignar los costos. Esta etapa parece ser sencilla en la implementación de un sistema ABC, puesto que toda empresa conoce los productos que elabora y comercializa, y de los cuales desea conocer sus costos. (Rocafort & Ferrer, 2014).

La mayoría de las empresas desean acumular costos en productos que no sales a la venta o desean conocer los costos de elaboración, determinada información en forma rutinaria y exigida por las reglamentaciones vigentes. Mucho de los costos de las actividades se asignaran a más de un objeto de costo, por lo que al hacer la sumatoria lineal de costos de todos los objetos de costo, no dará necesariamente un dato relevante y pueden darse confusiones. (Rocafort & Ferrer, 2014).

1.3.2 Rentabilidad

Sánchez (2014), menciona que, “ La rentabilidad es cuando una entidad obtiene un suficiente resultado o beneficio final, o sea, cuando sus ingresos hayan superado a los costos y gastos mayores, la diferencia existente entre ellos es considerada aceptable” (p.124).

Rentería (2013), nos dice, que la rentabilidad es una acción que se emplea al momento de realizar la acción económica en las que están sumergidos unos medios, materiales, humanos y financieros con la finalidad de generar más resultados y beneficios económicos. (p.54).

La relación entre la cifra de beneficios y el capital invertido para crear esos beneficios es una de las medidas más válidas y ampliamente utilizadas. Para incrementar la rentabilidad se puede: Aumentar el margen, vender más caro, potenciar la venta de los productos con más margen o reducir costos, aumento de rotación: vender más ó reducir el activo y aumentar el apalancamiento: aumentar la deuda para que la división entre el activo y los capitales propios sea mayor. (Romero, 2013)

Análisis de la rentabilidad

Según menciona Eusebio (2016) la rentabilidad es analizable cuando se le considera dos enfoques como es solvencia y estructura financiera:

El analisis de solvencia, es conocida como la capacidad que tiene la empresa para poder satisfacer las obligaciones financieras, (devolución de principal y gastos financieros), consecuencia del endeudamiento, a su vencimiento.

Consideraciones para constituir indicadores de rentabilidad

Romero (2013) llega a la conclusión en su expresión analítica, que rentabilidad contable va a venir expresada como cociente entre un concepto de resultados y un concepto de capital invertido para obtener ese resultado. A este resultado es necesario tener en cuenta una serie de cuestiones en la formulación y medición de la rentabilidad para así poder elaborar un ratio o indicador de rentabilidad con significado.

En la determinación de la cantidad de los recursos invertidos habrá de considerarse el promedio del periodo, pues mientras el resultado es una variable flujo, se calcula mediante un periodo, la base de comprobación, constituida por la inversión, es una variable stock que solo informa de la inversión existente en un momento concreto del tiempo. Por ello, para aumentar la representatividad de los recursos invertidos, es necesario considerar el promedio del periodo. Por otra parte, también es indispensable definir el periodo de tiempo al que se refiere la medición de la rentabilidad (normalmente el ejercicio contables. (Romero, 2013).

Niveles de análisis de la rentabilidad empresarial

Lamattina (2014) menciona que de cualquier manera se puede atender las definiciones de resultado e inversión, se puede llegar a concluir que un indicador de rentabilidad, se puede conocer haciendo el estudio de la rentabilidad en una entidad, y esto hacer a través de dos niveles, en función al tipo de resultado o inversión que este considerado con si mismo:

En primer lugar el análisis conocido como rentabilidad económica o del activo, la cual tiene relación de la definición de un concepto de resultado conocido o esperado, antes de los intereses, en un total de su capital económico que son usados sin considerar la financiación u origen de los mismos por lo que representa, desde una perspectiva económica, el rendimiento de la inversión de la empresa. (Lamattina, 2014).

Y un segundo nivel, la rentabilidad financiera, en el que se enfrenta un concepto de resultado conocido o previsto, después de intereses, con los fondos propios de la empresa, y que representa el rendimiento que corresponde a los mismos. (Lamattina, 2014).

La Rentabilidad Económica.

Es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. De aquí que, según la opinión más extendida, la rentabilidad económica sea considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad. (Eusebio, 2016):

$$\text{Rentabilidad económica (R. e.)} = \frac{\text{Beneficio económico}}{\text{Activo total}}$$

Rentabilidad Financiera

La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, 40 generalmente con independencia de la distribución del resultado. (Eusebio, 2016).

La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios.

$$\text{Rentabilidad financiera (ROE)} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Patrimonio}}$$

En este sentido, la rentabilidad financiera debería estar en consonancia con lo que el inversor puede obtener en el mercado más una prima de riesgo como accionista.

Formas para medir y mejorar la rentabilidad

Lamattina (2014) menciona que las organizaciones tienen tres caminos para mejorar su rentabilidad:

Procurar un estricto control de los gastos: implica tener en cuenta que las empresas viven de lo que producen, no de lo que ahorran. Esta alternativa permite optimizar los ingresos.

Mejorar los márgenes por producto: requiere la sensibilidad para medir de manera constante lo que ocurre en el mercado. Esta es la alternativa ideal, pero no hay que olvidar que la competitividad actual hace que las posibilidades para mejorar los márgenes sean cada vez menores.

Aumentar la frecuencia de ventas (Generación de Flujo de Dinero o Aumento de la Rotación): significa vender más, en el mismo tiempo, con la

misma estructura y la misma inversión. Este es el camino que toman hoy las organizaciones, las que, además, ponen mucha atención en el control efectivo de los gastos.

Características de un negocio rentable:

Rosario (2013) menciona que antes de empezar, es necesario aclarar que no existen fórmulas “matemáticas”, por llamarlas de alguna forma, que determinen si un negocio es rentable o no de forma segura. Al tiempo de hacer negocios, todos sabemos que existe una cuota de riesgo, la cual es inherente a todo empresario experimentado o joven. Sin embargo, no siempre es suficiente con nuestras apreciaciones y siempre es conveniente asesorarnos antes de emprender un negocio que pueda demandarnos mucho tiempo y dinero.

Retorno de la Inversión (ROI)

El ROI es una cifra que determina el porcentaje de dinero o beneficio al cumplimiento de determinada cantidad de tiempo que debemos haber establecido antes. Se calcula de manera muy simple: dividiendo el total de nuestro beneficio (ganancias) por el total de nuestros costos (inversiones). El ROI es una cifra interesante al momento de hacer comparaciones con otros negocios. En el caso de no saber exactamente cuánto dinero es una cifra que podemos considerar rentable y no tener asesores a quienes consultar, podemos averiguar la cifra ROI de otros negocios que conocemos y sí consideramos rentables. De esta manera, hacemos una comparación basada en el ejemplo y no en complejos cálculos.

Rentabilidad de mercado

Al determinar la rentabilidad de un producto esta no da a conocer la escala de saber si la empresa estará cumpliendo con sus objetivos con el fin que ha sido creada, obtener utilidades para sus accionistas. También representa las estrategias, planes y operaciones usadas por la gerencia de mercado, lo que está siendo correcto y así ya no realizar los ajustes

innecesarios que podran corregir el problema. (Rodriguez & Hernández, 2013).

Hoy en día se vive en un mundo globalizado y muy competente, por las que las empresas tienen que ser rentables para poder mantenerse. Un ejemplo es el caso de American International Group (AIG), es la empresa de seguros mas grandes del mundo y por ende una de las que genera mas rentabilidad.pero el hecho de no ser flexibles por la busca de resultados le ha generados problemas como perder en el mercado frente a sus competidores mas astutos.

1.4. Formulación del problema

¿De que manera el diseño de un sistema de costeo basado en actividades permite incrementar la rentabilidad de la Panadería “Las Canastas” - Jaén, 2018?

1.5. Justificación e importancia

La presente investigación es relevante, pues mediante la información recolectada nos ayudará a conocer los costos reales del proceso de producción de los productos que vende la Panadería “Las Canastas” y asi conocer cual ha sido su incidencia en la rentabilidad generada durante el periodo 2018.

Tiene relevancia social porque el sistema de costeo basado en actividades permite que la mencionada panadería tenga información oportuna y necesaria para establecer sus cotos permitiendo determinar la rentabilidad real percibida en cada periodo, lo que generará un incremento en el margen de utilidad en beneficio de la panaderia, y la percepción de un precio justo por el cliente.

Tiene implicancia práctica porque el sistema de costeo basado en actividades se puede considerar como una herramienta para las empresas panaderas, pues manejando un buen sistema de costos les permitirá tener una información minuciosa además de un control oportuno de cada producto, que conlleva a una buena toma de decisiones y el incremento de la rentabilidad. Ademas el presente estudio propone un diseño de costeo basado

en actividades para la Panadería “Las Canastas”, que puede servir como modelo para futuras investigaciones con situaciones similares a la estudiada.

1.6 Hipótesis

Hi: $p \neq 1$ (Existe relación): El diseño de un sistema de costeo basado en actividades incrementará la rentabilidad de la Panadería “Las Canastas” - Jaén, 2018.

1.7 Objetivos

Objetivo General

Diseñar un sistema de costeo basado en actividades para incrementar la rentabilidad de la Panadería “Las Canastas” - Jaén, 2018

Objetivos Específicos

- a) **Analizar** el costeo actual de la Panadería “Las Canastas” – Jaén.
- b) **Determinar** si existe pérdida o ganancia respecto al costo unitario de los productos de mayor rotación y su precio de venta en la Panadería “Las Canastas” – Jaén.
- c) Evaluar la rentabilidad de la Panadería “Las Canastas” – Jaén.
- d) Realizar un diseño de un sistema de costeo basado en actividades para incrementar la rentabilidad de la Panadería “Las Canastas” – Jaén.

1.8 Limitaciones

Durante la elaboración de la presente investigación encontré algunas limitaciones, respecto a temas parecidos al presente estudio; asimismo, en la ciudad de Jaén no existen bibliotecas para ilustrarme de material bibliográfico, pero esto pudo ser superado con éxito y esfuerzo.

Asimismo, no pude tener comunicación con mi asesor, debido a la distancia, pero pude tener apoyo de profesionales de mi centro de trabajo; cabe mencionar, que el fluido eléctrico en la ciudad de Jaén es deficiente y la

conexión vía internet es sumamente lento, lo cual fue otra de las limitaciones que tuve durante todo el desarrollo de esta investigación.

CAPÍTULO II

MATERIAL Y MÉTODO

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1 Tipo y Diseño de Investigación

2.1.1 Tipo de Investigación

Descriptivo - Analítico

Hernández, Fernández y Baptista (2014), afirman que un estudio de tipo descriptivo es el tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del problema en cuestión. Y es analítico porque luego de la descripción de las variables se realiza un análisis de las causas que generan la problemática en el escenario evaluado, en relación a las variables.

La presente investigación fue de tipo descriptivo-analítico porque las variables costo basado en actividades y rentabilidad, fueron descritas y evaluadas según su condición en la empresa panadería San Martín, es decir, no se generó ningún tipo de manipulación ni se pretendió medir la relación entre las mismas.

2.1.2. Diseño de la Investigación

No experimental-Transversal

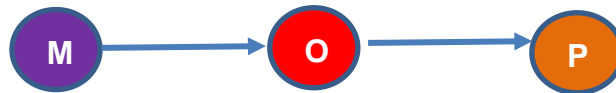
Hernández, Fernández y Baptista (2014), afirman que un diseño no experimental es aquel donde no se realiza la manipulación deliberada de las variables, es decir, es una investigación donde no se hace variar las variables de manera intencional, lo que se hace es observar los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

Así mismo, Hernández, Fernández y Baptista (2014), afirman que es transversal porque la información se recolecta en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

La investigación es de un diseño no experimental – transversal. En este sentido, en el estudio se analizaron los aspectos relacionados a las variables estudiadas sin que la información que se obtuvo se manipule, sino que se

mostró tal y como se desarrolló. Además, es transversal puesto que la información se recolectó en un momento dado.

El diseño será representado en este gráfico.



Dónde:

M = Muestra de estudio

O = Información a recoger

P = Sistema de costeo basado en actividades.

2.2. Población y muestra

La población estuvo conformada por los 8 (ocho) trabajadores de la Panadería “Las Canastas”, la muestra solo será el gerente general de la citada panadería, quien facilitó los registros de producción para determinar los costos de los productos de mayor rotación, además respondió una entrevista para conocer la situación actual de costos en la panadería.

La muestra la conforma solo el gerente general, bajo el criterio que es la persona que conoce al 100% todo costo y gasto en proceso de producción, por lo cual, se considera una muestra no probabilística.

2.3 Variables, Operacionalización

2.3.1 Variables

Tabla 1

Variables

Variabes	Definición conceptual	Definición operacional
Variable Independiente: Costeo basado en actividades	Este sistema relaciona los costos indirectos con las actividades que se realizan en la empresa. Las actividades se plantean de tal forma que los costos indirectos aparecen como directos a las actividades, desde donde se les traslada a los productos (objeto de costos), según la cantidad de actividades consumidas por cada objeto de costos. (Román, 2016).	Representa el conjunto de lineamientos y procedimientos, así como técnicas que son utilizadas por la Panadería “Las Canastas”, para establecer sus costos en cada proceso de producción, su objetivo es determinar los costos unitarios de producción y el control de las operaciones de la citada empresa.
Variable dependiente: Rentabilidad	Sánchez (2014), manifiesta que “La rentabilidad se da cuando una empresa genera suficiente utilidad o beneficio, es decir, cuando sus ingresos son mayores que sus gastos, y la diferencia entre ellos es considerada como aceptable” (p.124).	Representa el beneficio económico que obtuvo la panadería San Martin en un determinado periodo producto de su actividad económica, se da cuando los ingresos resultan ser superiores a los gastos y la diferencia entre estos es considerada aceptable.

Fuente: Elaboración propia

2.3.2 Operacionalización

Tabla 2

Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Variable Independiente:	Procesos productivos	Numero de procesos productivos	Técnica: entrevista
	Actividades planificadas	Número de actividades	Instrumento: Guía de entrevista
Sistema de costeo basado en actividades	Costos indirectos	Porcentaje de costos indirectos de fabricación	Técnica: análisis documental
	Mano de obra	Número de obras	Instrumento: hoja de registro
	Materia prima	Cantidad de materia prima	
Variable dependiente:	Rentabilidad sobre la Inversión	Utilidad Neta/Activo Total	Técnica: análisis documental
	Rentabilidad sobre Patrimonio	Utilidad Neta/Patrimonio	
Rentabilidad	Utilidad Activo	Utilidad antes Impuesto/Activo	Instrumento: hoja de registro
	Utilidad Ventas	Utilidad antes Impuesto/Ventas	
	Margen Utilidad Bruta	$Ventas - Costo Ventas / Ventas$	
	Margen Utilidad Neta	Utilidad Neta/Ventas Netas	

Fuente: Elaboración propia

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de Información.

2.4.1 Técnicas

Entrevista: Se aplicó al Gerente General de la empresa.

Análisis documental: son operaciones direccionadas a representar un documento, en el cual se tomó en cuenta la información que contenga, así de esa manera se pudo analizar los datos del documento para su interpretación. Nos permitió recolectar información teórica-científica para la redacción del marco teórico. Así mismo permitió evaluar los costos inmersos en el proceso productivo de la empresa.

Instrumentos

Para la recolección de información de la presente investigación se utilizó.

Guía de entrevista: consistió en un conjunto de preguntas abiertas aplicadas al Gerente General de la empresa.

Hoja de registro: permitió registrar de forma detallada los ratios de rentabilidad y los estados financieros de los últimos años para su evaluación y tendencia de crecimiento.

Validez y confiabilidad

La validación y confiabilidad se realizó a través del juicio de expertos, los cuales dieron sus sugerencias y correcciones al cuestionario estructurado. Se consideró el juicio de expertos a 1 metodólogo, 1 especialista y 1 estadístico.

2.5. Procedimientos de análisis de datos

Para el desarrollo de la investigación se consideró los siguientes métodos:

Método Analítico: permitió analizar detalladamente los datos e información relacionada con la investigación obtenido de la aplicación de los instrumentos.

Método Sintético: permitió integrar los componentes dispersos de las variables para estudiarlos en su totalidad.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

III. RESULTADOS

Para responder a los objetivos trazados en la presente investigación se procedió a realizar el análisis documental a los reportes del área de producción de la empresa, encontrando que la estructura de costos de la empresa actualmente se basa en hojas de costos que el mismo jefe de producción elabora de acuerdo a sus criterios, estos documentos están conformados por gastos directos e indirectos y a través de los cuales se establecen los precios de venta. En base a la recolección documentaria de la Panadería “Las Canastas” – Jaén, a continuación, se muestra la forma actual del costeo de los productos de alta rotación:

La producción en la empresa Panadería “Las Canastas”, se realiza en dos turnos durante el día, resultando en una producción al día de 7,040 unidades, 2,156 unidades de pan de yema, 2,112 pan de sal, 1,386 unidades de bizcocho de dulce y 1,386 unidades de cemita de dulce.

Tabla 3

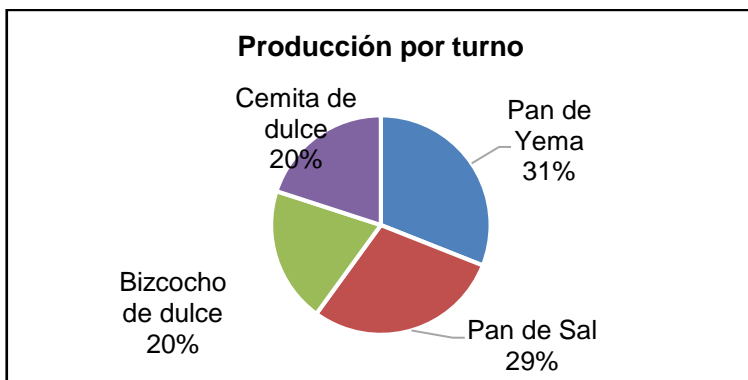
Producción por turno

PRODUCCIÓN TURNO DÍA				
PRODUCTO	UNIDADES	%	PRECIO UNITARIO	TOTAL, S/
Pan de Yema	2156	31%	S/0.12	S/258.72
Pan de Sal	2112	29%	S/0.12	S/253.44
Bizcocho de dulce	1386	20%	S/0.25	S/346.50
Cemita de dulce	1386	20%	S/0.25	S/346.50
TOTAL	7040	100%	S/0.74	S/1,205.16

Fuente: Elaboración propia

Figura N°1

Producción por turno



Fuente: Elaboración propia

Tabla 4

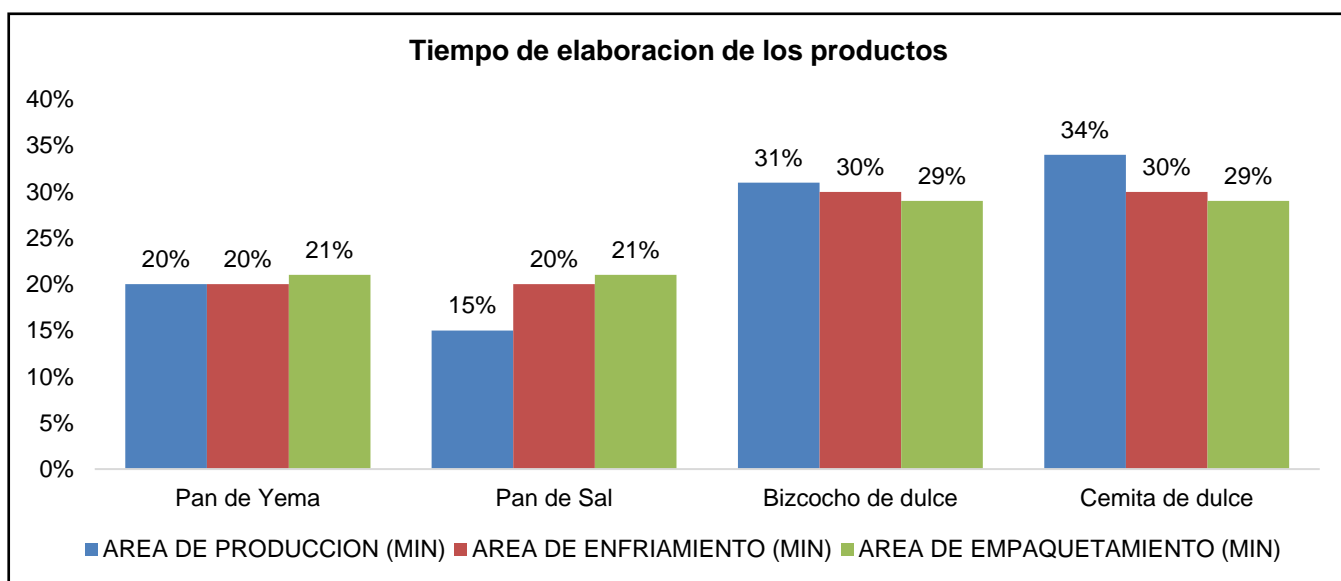
Tiempo de elaboración de los productos

TIEMPO DE ELABORACIÓN DE LOS PRODUCTOS							
PRODUCTOS	UNIDADES	ÁREA DE PRODUCCIÓN (MIN)	%	ÁREA DE ENFRIAMIENTO (MIN)	%	ÁREA DE EMPAQUETAMIENTO (MIN)	%
Pan de Yema	2156	120	20%	40	20%	15	21%
Pan de Sal	2112	90	15%	40	20%	15	21%
Bizcocho de dulce	1386	180	31%	60	30%	20	29%
Cemita de dulce	1386	200	34%	60	30%	20	29%
TOTAL	7040	590	100%	200	100%	70	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura N°2

Tiempo de elaboración de los productos, representación en porcentajes



Fuente: Elaboración propia

Tabla 6*Material directo del pan de sal*

MATERIAL DIRECTO DEL PAN DE SAL				
MATERIAL DIRECTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
MATERIA PRIMA				
Harina refinada Nicolini	50	kg	S/1.92	S/96.00
MATERIA AUXILIAR				
Manteca vegetal famosa	10	kg	S/5.40	S/54.00
Azúcar rubia Tumán	3	kg	S/2.00	S/6.00
SUBMINISTROS				
Sal marina	750	gr	S/1.00	S/1.00
Levadura red star	70	gr	S/0.14	S/9.80
TOTAL				S/166.80
COSTO UNITARIO				S/0.08

*Fuente: Elaboración propia***Tabla 7***Material directo del bizcocho de dulce*

MATERIAL DIRECTO BIZCOCHO DE DULCE				
MATERIAL DIRECTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
MATERIA PRIMA				
Harina refinada Nicolini	75	kg	S/1.92	S/144.00
MATERIA AUXILIAR				
Manteca vegetal famosa	10	kg	S/5.40	S/54.00
Azúcar rubia Tumán	25	kg	S/2.00	S/50.00
Levadura red star	80	gr	S/0.13	S/10.40
TOTAL				S/258.40
COSTO UNITARIO				S/0.19

Fuente: Elaboración propia.

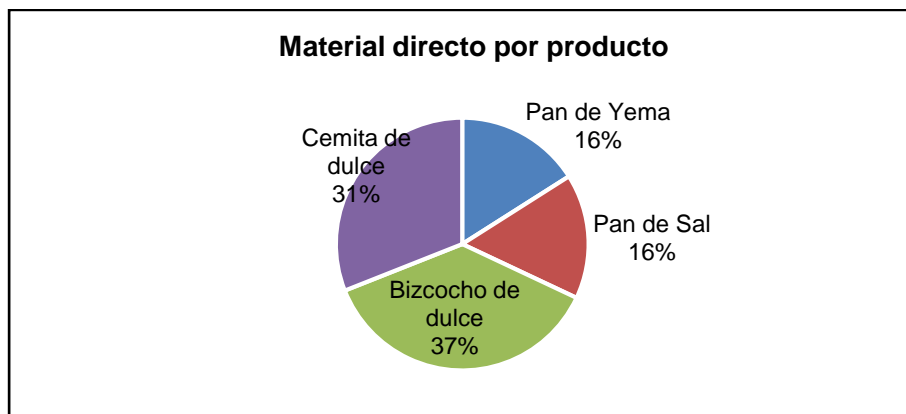
Tabla 8*Material directo cemita de dulce*

MATERIAL DIRECTO CEMITA DE DULCE				
MATERIAL DIRECTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
MATERIA PRIMA				
Harina refinada Nicolini	60	kg	S/1.92	S/115.20
Harina de trigo sin preparar	15	kg	S/1.33	S/19.95
MATERIA AUXILIAR				
Azúcar rubia Tumán	25	kg	S/2.00	S/50.00
Levadura red star	250	gr	S/0.10	S/25.00
TOTAL				S/210.15
COSTO UNITARIO				S/0.15

*Fuente: Elaboración propia***Tabla 9***Material directo por producto*

MATERIAL DIRECTO POR PRODUCTO		
PRODUCTO	COSTO UNITARIO	REPRE. EN %
Pan de Yema	S/0.08	16%
Pan de Sal	S/0.08	16%
Bizcocho de dulce	S/0.19	37%
Cemita de dulce	S/0.15	31%
TOTAL	S/0.49	100%

*Fuente: Elaboración propia***Figura N°3***Representación en porcentaje del costo unitario por producto de material directo*



Fuente: Elaboración propia

3.2 SEGUNDO ELEMENTO DEL COSTO: MANO DE OBRA DIRECTA

Tabla 10

Mano de obra total directa a diario

MANO DE OBRA TOTAL DIRECTA A DIARIO								
ÁREA	CARGO	SALARIO	ALIMENTACIÓN	TOTAL SALARIO	MOD asignado al pan de yema	MOD asignado al pan de sal	MOD asignado al bizcocho de dulce	MOD asignado a la cemita de dulce
Producción	Maestro	S/35.00	S/10.00	S/45.00	S/9.15	S/6.86	S/13.95	S/15.25
	Ayudante	S/30.00	S/10.00	S/40.00	S/8.14	S/1.24	S/12.40	S/13.56

Enfriamiento	Maestro	S/35.00	S/10.00	S/45.00	S/9.00	S/1.80	S/13.50	S/13.50
	Ayudante	S/30.00	S/10.00	S/40.00	S/8.00	S/1.60	S/12.00	S/12.00
Empaque	Maestro	S/35.00	S/10.00	S/45.00	S/9.45	S/2.03	S/13.05	S/12.86
	Ayudante	S/30.00	S/10.00	S/40.00	S/8.40	S/1.80	S/11.60	S/11.43
TOTAL					S/52.14	S/15.33	S/76.50	S/78.60

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11

Mano de obra directa por producto

MANO DE OBRA DIRECTA POR PRODUCTO					
ÁREAS		PAN DE YEMA	PAN DE SAL	BIZCOCHO DE DULCE	CEMITA DE DULCE
		2156	2112	1386	1386
PRODUCCIÓN	Maestro	S/0.0042	S/0.0033	S/0.0101	S/0.0110
	Ayudante	S/0.0038	S/0.0006	S/0.0089	S/0.0098
ENFRIAMIENTO	Maestro	S/0.0042	S/0.0009	S/0.0097	S/0.0097
	Ayudante	S/0.0037	S/0.0008	S/0.0087	S/0.0087
EMPAQUE	Maestro	S/0.0044	S/0.0010	S/0.0094	S/0.0093
	Ayudante	S/0.00	S/0.0009	S/0.0084	S/0.0082
TOTAL, MANO DE OBRA		S/0.0242	S/0.0073	S/0.0552	S/0.0567
DIRECTA POR PRODUCTO					

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12

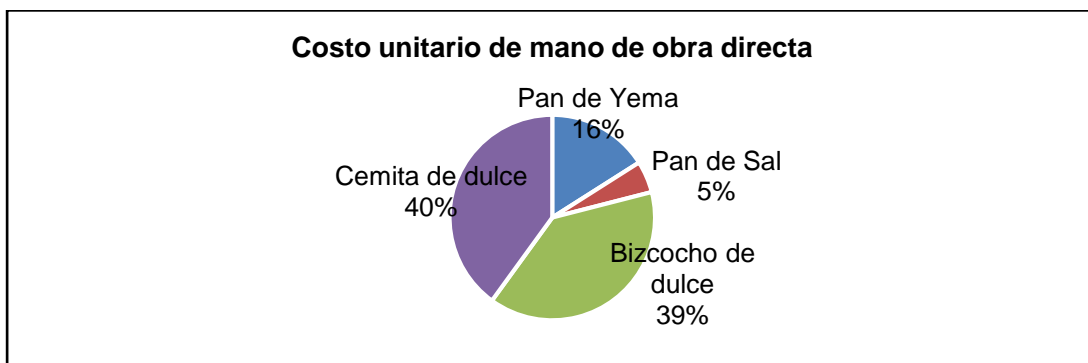
Costo unitario de mano de obra directa

COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA DIRECTA		
PRODUCTO	COSTO UNITARIO	REP. EN %
Pan de Yema	S/0.0242	16%
Pan de Sal	S/0.0073	5%
Bizcocho de dulce	S/0.0552	39%
Cemita de dulce	S/0.0567	40%
TOTAL	S/0.1433	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura N°4

Representación en porcentaje del costo unitario de mano de obra directa por producto



Fuente: Elaboración propia

3.3 TERCER ELEMENTO DEL COSTO: COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Tabla 13

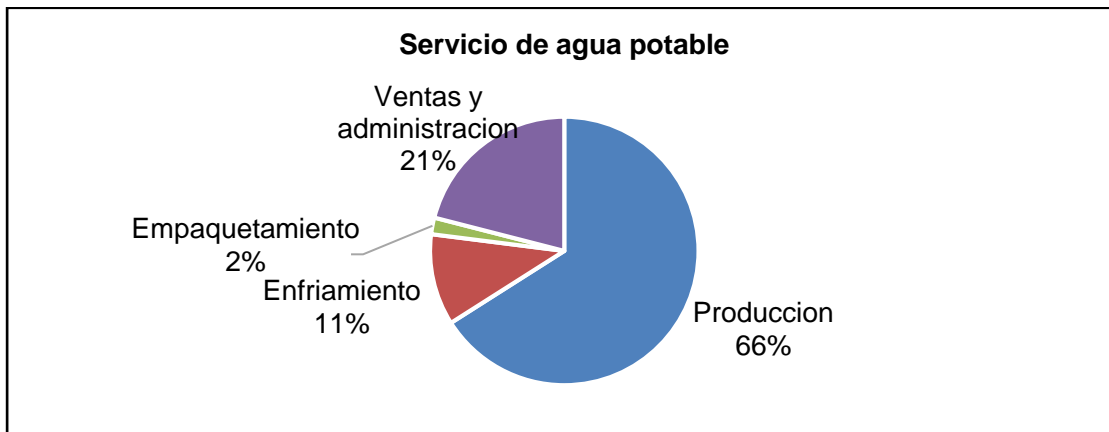
Servicio de agua potable

SERVICIO DE AGUA POTABLE							
ÁREAS	SEGÚN CRITERIO %	MENSUAL	DIARIO(26 Días)	PAN DE YEMA	PAN DE SAL	BIZCOCHO DE DULCE	CEMITA DE DULCE
Producción	66%	S/62.40	S/2.40	S/0.15	S/0.75	S/0.75	S/0.75
Enfriamiento	11%	S/10.40	S/0.40	S/0.10	S/0.10	S/0.10	S/0.10
Empaquetamiento	2%	S/1.04	S/0.04	S/0.01	S/0.01	S/0.01	S/0.01
Total CIF				S/0.26	S/0.86	S/0.86	S/0.86
Ventas y adm.	21%	S/20.00	S/0.77	S/0.77	S/0.77	S/0.77	S/0.77
TOTAL	100%	S/93.84	S/3.60	S/0.90	S/0.90	S/0.90	S/0.90

Fuente: Elaboración propia

Figura N°5

Representación en porcentaje del criterio para la asignación de costos en función al servicio de agua según las áreas definidas.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 14

Costo unitario de servicio de agua potable

COSTO UNITARIO DE SERVICIO DE AGUA POTABLE			
PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO
Pan de Yema	2156	S/0.26	S/0.00012
Pan de Sal	2112	S/0.86	S/0.00041
Bizcocho de dulce	1386	S/0.86	S/0.00062
Cemita de dulce	1386	S/0.86	S/0.00062
TOTAL	7040	S/2.84	S/0.00177

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15

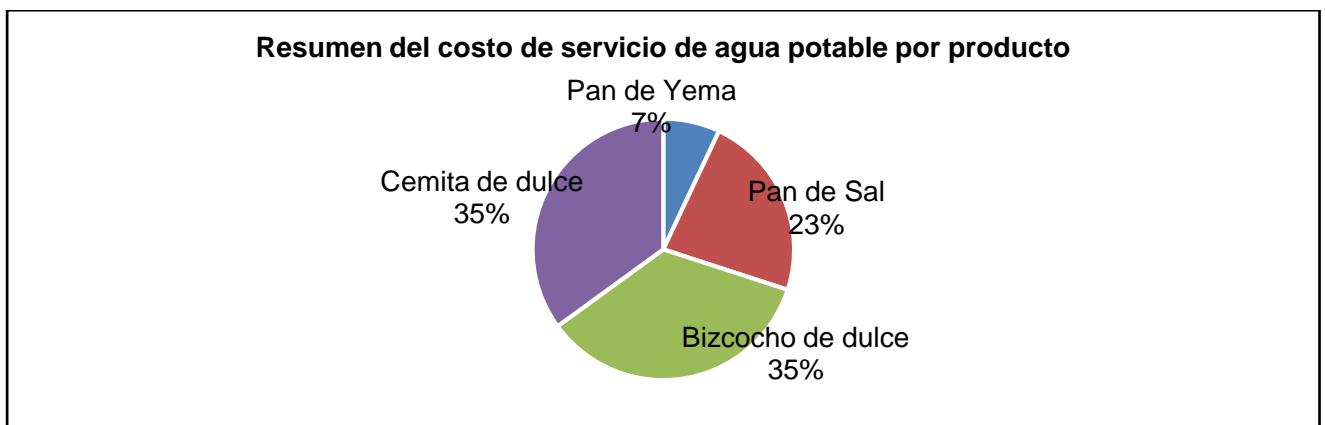
Resumen del costo de servicio de agua potable

RESUMEN DEL COSTO DE SERVICIO DE AGUA POTABLE		
PRODUCTO	COSTO UNITARIO	REP. EN %
Pan de Yema	S/0.00012	7%
Pan de Sal	S/0.00041	23%
Bizcocho de dulce	S/0.00062	35%
Cemita de dulce	S/0.00062	35%
TOTAL	S/0.00177	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura N°6

Representación en porcentaje del costo del servicio de agua potable por producto



Fuente: Elaboración propia

Tabla 16

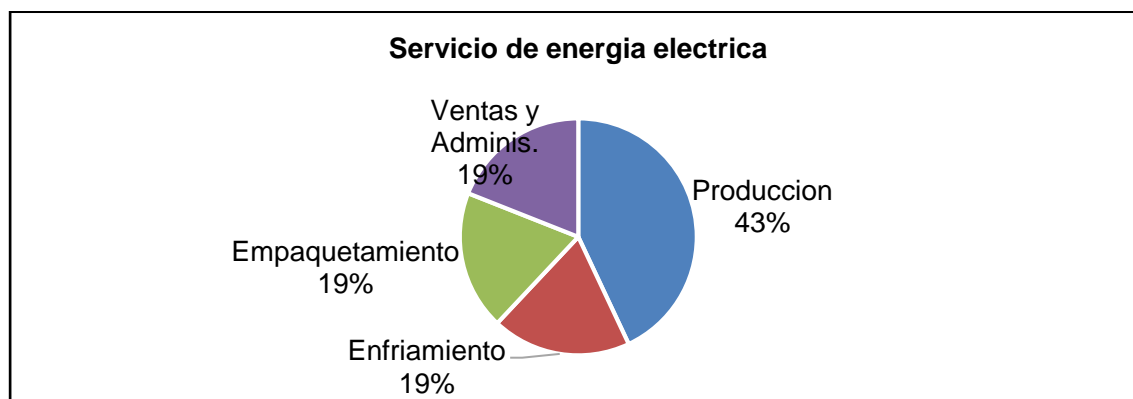
Servicio de energía eléctrica

SERVICIO DE ENERGÍA ELÉCTRICA							
ÁREAS	KW / H	MENSUAL	DIARIO(26 Días)	PAN DE YEMA	PAN DE SAL	BIZCOCHO DE DULCE	CEMITA DE DULCE
Producción	43%	S/114.40	S/4.40	S/1.00	S/1.00	S/1.20	S/1.20
Enfriamiento	19%	S/52.00	S/2.00	S/0.50	S/0.50	S/0.50	S/0.50
Empaquetamiento	19%	S/52.00	S/2.00	S/0.50	S/0.50	S/0.50	S/0.50
Total CIF				S/2.00	S/2.00	S/2.20	S/2.20
Ventas y Adminis.	19%	S/52.00	S/2.00	S/0.50	S/0.50	S/0.50	S/0.50
TOTAL	100%	S/270.40	S/10.40	S/2.50	S/2.50	S/2.70	S/2.70

Fuente: Elaboración propia

Figura N°7

Representación en porcentaje del criterio para la asignación de costos en función al servicio de luz según las áreas definidas.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 17

Costo unitario de servicio de energía eléctrica

COSTO UNITARIO DE SERVICIO DE ENERGÍA ELÉCTRICA			
PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO
Pan de Yema	2156	S/2.00	S/0.00093
Pan de Sal	2112	S/2.00	S/0.00095
Bizcocho de dulce	1386	S/2.20	S/0.00159
Cemita de dulce	1386	S/2.20	S/0.00159
TOTAL	7040	S/8.40	S/0.00119

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18

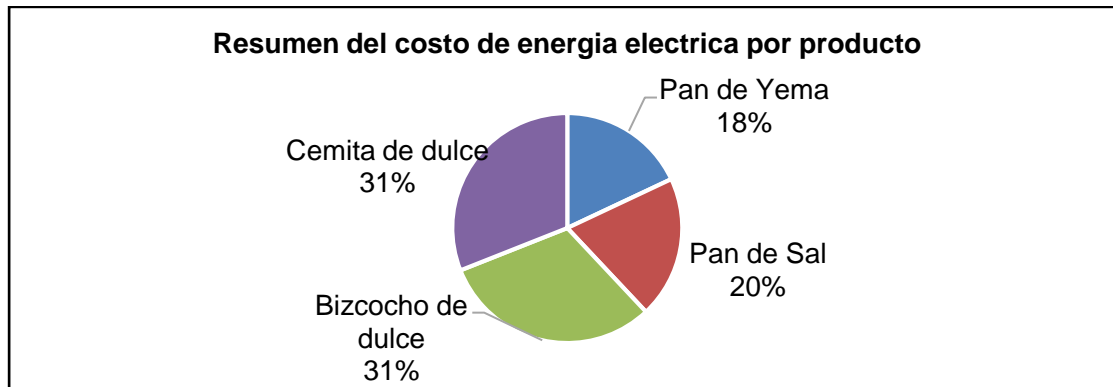
Resumen del costo de energía eléctrica

RESUMEN DEL COSTO DE ENERGÍA ELÉCTRICA		
PRODUCTO	COSTO UNITARIO	REP. EN %
Pan de Yema	S/0.00093	18%
Pan de Sal	S/0.00095	20%
Bizcocho de dulce	S/0.00159	31%
Cemita de dulce	S/0.00159	31%
TOTAL	S/0.00505	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura N°8

Representación en porcentaje del costo del servicio de luz por producto



Fuente: Elaboración propia

Tabla 19

Depreciación de maquinarias

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIAS											
ÁREA	MAQUINARIAS	CANT	COSTO DE ADQ	COSTO TOTAL	DEPREC. ANUAL	DEPREC. MENSUAL	DEPRE. DIARIA	PAN DE YEMA	PAN DE SAL	BIZCOCHO DE DULCE	CEMITA DE DULCE
PRODUCCIÓN	Amasadora	1	S/2,800.00	S/2,800.00	S/280.00	S/23.33	S/0.78	S/0.16	S/0.12	S/0.24	S/0.26
	Batidoras	2	S/1,200.00	S/2,400.00	S/240.00	S/20.00	S/0.67	S/0.14	S/0.10	S/0.21	S/0.23
	Divisoras	2	S/1,000.00	S/2,000.00	S/200.00	S/16.67	S/0.56	S/0.11	S/0.08	S/0.17	S/0.19
	Hornos nova	1	S/9,800.00	S/9,800.00	S/980.00	S/81.67	S/2.72	S/0.55	S/0.42	S/0.84	S/0.92
ENFRIAMIENTO	Ventilador Industrial	3	S/900.00	S/2,700.00	S/270.00	S/22.50	S/0.75	S/0.20	S/0.15	S/0.23	S/0.23
TOTAL		9	S/15,700.00	S/19,700.00	S/1,970.00	S/164.17	S/5.47	S/1.16	S/0.87	S/1.70	S/1.83

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

I. DISCUSIÓN

Objetivo 1: Analizar el costeo actual de la Panadería “Las Canastas” – Jaén.

Luego del análisis documental de los costos de la Panadería “Las Canastas”, en función a los registros del área de producción, se logró determinar la forma actual de costeo en la empresa para los productos de mayor rotación, los cuales son 4: el pan de yema, el pan de sal, el bizcocho de dulce y la cemita de dulce, estos productos se producen al día 2156 unidades, 2112 unidades, 1386 unidades, 1386 unidades respectivamente, y su precio de venta es de S/0.12, S/0.12, S/0.25 y S/0.25 respectivamente (Tabla 3); luego del análisis de los tres elementos del costo, que son materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, se logró determinar que la panadería no maneja un adecuado manejo de los tiempos de elaboración de los productos ni de los costos, en el análisis documental, se determinó que solo se realiza un registro de manera empírica, el tiempo de elaboración de los productos es igual tanto para el pan de yema como para el pan de sal, y el de bizcocho de dulce es igual al de cemita de dulce (Tabla 4), sin embargo existe mano de obra ociosa en la empresa pues cada maestro tiene un ayudante que debería facilitar la preparación de los productos pero al contrario solo retarda el proceso (Tabla 10).

En resumen, luego del análisis del costeo actual de la empresa, se logra evidenciar que su forma actual de costeo es deficiente, pues no existe un registro y control de costos en el área de producción, lo que influye en la inadecuada determinación del precio, estimando un margen de ganancia cero, y un precio que ni siquiera cubre los costos.

Estos resultados se corroboran con Verdesoto (2015), quien menciona en su estudio sobre el análisis de costos ABC, que previo al diseño de un sistema de costos es necesario estudiar el sistema de costeo actual de la empresa, y si se determina que estos costos son de manera empírica influye en la baja rentabilidad, esta situación se presentó en su estudio en la empresa

analizada, concluyendo que la falta de una estructura de costos influye de manera negativa en la rentabilidad.

Los resultados se fundamentan en la teoría de Rocafort y Ferrer (2014) quien afirma que al tomar contacto por primera vez con una empresa o con un departamento o sector de una compañía debemos averiguar cuál es su estructura de costos. Esta primera etapa es un estudio a priori, la cual si no se realiza puede provocar que se pierdan demasiados recursos (el tiempo es uno de los principales) en indagar sobre tareas absolutamente menores e intrascendentes.

Objetivo 2: Determinar si existe perdida o ganancia respecto al costo unitario de los productos de mayor rotación y su precio de venta en la Panadería “Las Canastas” – Jaén.

Luego de la revisión documentaria y análisis de los costos, tal y como se describen en el capítulo anterior, se logró determinar, respecto al pan de yema, tiene un costo de materia prima de S/0.075, un costo de mano de obra de S/0.024 y un costo indirecto de fabricación de S/0.121, además los gastos administrativos son de S/0.009, gasto de ventas S/0.008, margen de utilidad S/0.021 y el IGV de S/0.028, por tal, el costo unitario del pan de yema es de S/0.187, sin embargo el precio de venta es de S/0.12, es decir, existe una pérdida de -S/0.07.

En cuanto al pan de sal, tiene un costo de materia prima de S/0.079, un costo de mano de obra de S/0.007 y un costo indirecto de fabricación de S/0.022, además los gastos administrativos son de S/0.009, gasto de ventas S/0.008, margen de utilidad S/0.019 y el IGV de S/0.026, por tal, el costo unitario del pan de sal es de S/0.159, sin embargo, el precio de venta es de S/0.12, es decir, existe una pérdida de -S/0.05.

En cuanto al bizcocho de dulce, tiene un costo de materia prima de S/0.185, un costo de mano de obra de S/0.055 y un costo indirecto de fabricación de S/0.021, además los gastos administrativos son de S/0.009, gasto de ventas S/0.008, margen de utilidad S/0.042 y el IGV de S/0.058, por

tal, el costo unitario del bizcocho de dulce es de S/0.379, sin embargo, el precio de venta es de S/0.25, es decir, existe una pérdida de -S/0.13.

En relación a la cemita de dulce, tiene un costo de materia prima de S/0.152, un costo de mano de obra de S/0.057 y un costo indirecto de fabricación de S/0.021, además los gastos administrativos son de S/0.009, gasto de ventas S/0.008, margen de utilidad S/0.037 y el IGV de S/0.051, por tal, el costo unitario de la cemita de dulce es de S/0.334, sin embargo, el precio de venta es de S/0.25, es decir, existe una pérdida de -S/0.08.

En resumen, luego del análisis realizado se logró determinar que los productos de mayor rotación de la empresa, generan pérdidas, pues no cubren los costos unitarios, además a la hora de agregar los gastos de venta y administrativos para la determinación del precio de venta, se estableció que sobre pasa su precio en tienda, generando pérdidas que oscilan entre los 0.10 céntimos y 0.15 céntimos, por producto.

Estos resultados se corroboran con Freitas (2014), quien afirma en su estudio sobre la gestión de costos en una empresa panadera, que en su estudio la pérdida por producto producido es mayor a los 0.10 centavos, lo que genera que existan pérdidas irrecuperables y a su vez influye de manera negativa en la rentabilidad de la empresa. Por otra parte, se corrobora también con Paz (2016), que realizó un estudio sobre el análisis del proceso productivo en una panadería, determinando como conclusión que, si el precio de venta no cubre siquiera los costos unitarios, la empresa corre el riesgo de un declive, pues no genera las utilidades necesarias para seguir en el mercado.

Así mismo, los resultados se fundamentan en la teoría de Blas (2014) quien afirma al analizar la relevancia económica de los costos, muchas veces se analizan aquellos que son absolutamente intrascendentes; esta situación se agrava o se intensifica al trabajar con software ineficientes, ya que se trata de un sistema en el que se analizan detenidamente los parámetros indirectos de los centros de costos, y en el afán de acumular todos los costos que conforman una actividad, se puede fácilmente caer en el error de querer detectar algunos que sin duda son muy poco importantes.

Objetivo 3: Evaluar la rentabilidad de la Panadería “Las Canastas” – Jaén

Luego de la determinación de los ratios de rentabilidad, se obtuvo que, en relación al rendimiento sobre el patrimonio, por cada UM que el dueño mantiene en el 2017 genera un rendimiento del 17.92% sobre el patrimonio. Es decir, mide la capacidad de la empresa para generar utilidad a favor del propietario (Tabla 36); en función al rendimiento sobre la inversión, por cada UM invertido en el 2017 en los activos produjo ese año un rendimiento de 12.65% y en el 2016 de 15.57% sobre la inversión. Indicadores altos expresan un mayor rendimiento en las ventas y del dinero invertido (Tabla 37); en cuanto a la utilidad activo, nos está indicando que la empresa genera una utilidad de 21.63% en el 2016 y de 17.95% en el 2017 por cada UM invertido en sus activos en el año (Tabla 38); respecto a la utilidad ventas, por cada UM vendida se ha obtenido como utilidad el 7.37% en el 2016 y de 5.58% en el 2017 (Tabla 39); en función al margen bruto, por cada UM vendida se ha obtenido como utilidad bruta en el 2016 7.37 y en el 2017 5.58% (Tabla 40) y en relación al margen neto, en el 2016 por cada UM vendido se obtuvo una utilidad de 5.31% y en el 2017, 3.93% (Tabla 41).

En resumen, la rentabilidad de la Panadería “Las Canastas” – Jaén, se redujo respecto al año anterior, producto de un mal manejo de los recursos, en relación al rendimiento sobre la inversión, se redujo de 15.57% a 12.65%, respecto a la utilidad activo paso de 21.63 en el 2016 a 17.95 en el 2017, en cuanto a la utilidad neta, en el 2016 fue de 5.31% y en el 2017 de 3.93%.

Estos resultados se corroboran con Terrones (2016), en su estudio sobre factores que influyen negativamente en la rentabilidad, donde menciona que los factores que influyen en la rentabilidad, es el inadecuado manejo de los costos, la falta de un sistema de control interno de costos y gastos, la inadecuada estimación de los precios de venta, y la inadecuada gestión financiera.

Así mismo, estos resultados se fundamentan en la teoría de Romero (2013) quienes afirman que, en su expresión analítica, la rentabilidad contable va a venir expresada como cociente entre un concepto de resultados y un concepto de capital invertido para obtener ese resultado. A este respecto es necesario tener en cuenta una serie de cuestiones en la formulación y medición de la rentabilidad para así poder elaborar un ratio o indicador de rentabilidad con significado.

Objetivo 4: Realizar el diseño de un sistema de costeo basado en actividades para incrementar la rentabilidad de la Panadería “Las Canastas” – Jaén.

Luego de realizar el análisis del costeo de los productos de mayor rotación de la empresa Panadería “Las Canastas” – Jaén, se logró determinar que existen pérdidas entre los precios de venta y lo que realmente cuesta producir cada producto, por lo cual resulta evidente la necesidad de proponer un sistema de corteo basado en actividades que permita incrementar la rentabilidad de la Panadería “Las Canastas” – Jaén.

Este resultado se corrobora con Robles (2015), quien realizó un estudio sobre una propuesta de costos ABC, donde afirma que cuando una empresa presenta deficiencias en el manejo de sus costos y la determinación del precio final de venta, es necesario la propuesta e implementación en el corto plazo de un sistema de costeo ABC.

Estos resultados también se fundamentan en la teoría de Román (2016) quien afirma que el sistema de costos ABC, se relaciona con los costos indirectos con las actividades que se realizan en la empresa. Las actividades se plantean de tal forma que los costos indirectos aparecen como directos a las actividades, desde donde se les traslada a los productos (objeto de costos), según la cantidad de actividades consumidas por cada objeto de costos. De esta manera, el costo final está conformado por los costos directos y por los costos asociados a ciertas actividades, consideradas como las que añaden valor a los productos.

Diseño de COSTOS ABC

Los costos ABC tienen un planteamiento gerencial el cual está referido a gerenciar las actividades que son las causas de los costos y que se relacionan a través de su consumo con el costo de los productos. Por lo tanto, el Sistema de Costeo ABC es un método de análisis del costo que mide el costo y los resultados del proceso en que se relaciona las actividades y los objetos del costo, teniendo como importancia conocer la generación de los costos para obtener de ellos el máximo aprovechamiento reduciendo los consumos no productivos.

Como las actividades están relacionadas directamente con los productos, con este sistema se logra transformar los costos indirectos en costos directos respecto a las actividades, lo cual hace mucho más perfeccionada la relación costo de los factores con los productos y servicios.

Paso 1: Determinación de las unidades producidas, vendidas y elementos del costo

Tabla 42

Elementos del costo por producto

CONCEPTOS	PAN DE YEMA	PAN DE SAL	BIZCOCHO DE DULCE	CEMITA DE DULCE
Unidades producidas	2156	2112	1386	1386
Costos de materiales directos por unidad	0.075092764	0.078977273	0.186435786	0.151623377
Costo de mano de obra por unidad	0.024182809	0.007258726	0.055194805	0.056709433
CIF S/.	0.021417749	0.021761797	0.02115004	0.020882626

CIF TOTAL				150.3948
------------------	--	--	--	-----------------

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El análisis del costeo actual de la Panadería “Las Canastas” – Jaén, considerando los productos de mayor rotación, los cuales son 4: el pan de yema, el pan de sal, el bizcocho de dulce y la cemita de dulce, es deficiente pues se realiza de manera empírica y basado en la experiencia del jefe de producción, con limitaciones ya que no lo realizan de acuerdo a sus criterios, no se controla los costos por producto, sino que se realiza un costeo general, lo que impide llevar un adecuado control del costo unitario y esto influye de manera negativa en la determinación del precio final de venta.

Se determinó que, en relación a los cuatro productos de mayor rotación, existe pérdida en los 4, respecto al pan de yema, el costo unitario es de S/0.187, sin embargo, el precio de venta es de S/0.12, es decir, existe una pérdida de –S/0.07, en cuanto al pan de sal, el costo unitario del pan de sal es de S/0.159, y su precio de venta es de S/0.12, es decir, existe una pérdida de –S/0.05, respecto al bizcocho de dulce, el costo unitario es de S/0.379, y el precio de venta es de S/0.25, es decir, existe una pérdida de –S/0.13. y por último respecto a la cemita de dulce, el costo unitario es de S/0.334, sin embargo, el precio de venta es de S/0.25, es decir, existe una pérdida de –S/0.08.

En la evaluación del nivel de rentabilidad de la Panadería “Las Canastas” – Jaén, se determinó que respecto al 2016 en el 2017 la empresa presentó una baja rentabilidad, en relación al rendimiento sobre la inversión, se redujo de 15.57% a 12.65%, respecto a la utilidad activo paso de 21.63 en el 2016 a 17.95 en el 2017, en cuanto a la utilidad neta, en el 2016 fue de 5.31% y en el 2017 de 3.93%, es decir por cada sol vendido en el 2017 se generó una ganancia de 0.0393 céntimos.

El diseño de costeo ABC, para la Panadería “Las Canastas”, es necesario, pues luego del análisis de costos, aplicando el sistema de costeo en la empresa se logrará redefinir la determinación de los precios influyendo en el incremento de la rentabilidad, considerando los precios de S/0.20 por

unidad para el pan de yema y el pan de sal, para el bizcocho de dulce S/0.30 y para la cemita de dulce S/0.30.

5.1 Recomendaciones

A la gerencia general de la Panadería “Las Canastas”, considerar el diseño de un formato formal para el registro de los costos y gastos del día, considerando los costos unitarios de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, de cada producto de mayor rotación. Además, se recomienda reducir la mano de obra, pues solo es necesario 3 maestros panaderos y 2 ayudantes, en función al tiempo de producción de cada producto.

A la gerencia general de la Panadería “Las Canastas”, y al jefe de producción, considerar el análisis realizado de los costos de los productos de mayor rotación para rediseñar las políticas de precios, considerando la nueva estructura propuesta de costos ABC y reduciendo costos innecesarios, además se recomienda considerar capacitar al personal de producción para formar trabajadores competentes que tengan un mayor rendimiento laboral minimizando costos y gastos.

A la gerencia general de la Panadería “Las Canastas”, considerar la reducción de los costos de venta y de los gastos, para incrementar la utilidad neta del ejercicio e incrementar la rentabilidad empresarial, además se recomienda, incluir como política de la empresa, que el área contable realiza un informe mensual de los principales indicadores financieros lo que permitirá a la gerencia tomar mejores decisiones enfocadas en el crecimiento empresarial.

A la gerencia general de la Panadería “Las Canastas”, considerar el COSTEO ABC diseñada en la presente investigación, teniendo en cuenta la reducción de sus costos, pues la estructura muestra el orden y el costo por

actividad, y en función a ello, se puede rediseñar las políticas de precios de la empresa con el fin de incrementar la rentabilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Castillo, E. (2017). *Características de las empresas que utilizan un sistema ABC en España. Una proyección empírica*. Obtenido de http://www.observatorio-iberoamericano.org/RICG/N%C2%BA_1/Emma_Castell%C3%B3_y_Jes%C3%BAs_Lizcano.pdf
- Contreras, N. (2017). *Cadbury – Grupo Peñafiel. Soluciones a medida para la gestión financiera de su empresa*. Obtenido de <https://www.myabcm.com/es/casos-de-exitos/analisis-de-rentabilidad/>
- Damian, A. (2017). *El 25% de las panaderías ya incluye el servicio de cafetería como parte de su negocio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/25-panaderias-sumado-servicio-cafeteria-buscando-mejorar-rentabilidad-negocio-426101>
- Eusebio, J. (2016). *La rentabilidad: Análisis de costes y resultados*. Madrid: ESIC Editores.
- Fernandez, M. (2014). *Gestión de costos en las empresas del sector panadero del municipio Maracabio del estado Zulia*. Obtenido de http://tesis.luz.edu.ve/tde_arquivos/119/TDE-2014-11-03T09:07:45Z-5337/Publico/de_freitas_parraga_muriell_virginia.pdf
- Guamán, A. (2014). *Diseño de un sistema de costos basado en actividades para la panadería el Imperio del Pan*. Obtenido de dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3568/1/10257.pdf
- Lamattina, O. (2014). *Análisis de estados financieros* (2da ed.). Buenos Aires: Ediciones Buyyati.
- Mendoza, M. (2017). *Panaderos están apostando por la diversificación de la oferta y sistemas de costos para revertir el bajo consumo y mejorar la rentabilidad del negocio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/25-panaderias-sumado-servicio-cafeteria-buscando-mejorar-rentabilidad-negocio-426101>

- Robles, P. (2015). *Análisis de los costos y propuesta de un sistema de costeo ABC para la empresa de panadería y pastelería productos Ottone SAC, Chimbote*. Obtenido de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/66132>
- Romero, V. (2017). *Qualtia Alimentos. Caso de éxito en el uso de sistemas de costos y la rentabilidad*. Obtenido de <https://www.myabcm.com/es/casos-de-exitos/modelo-de-costo-y-rentabilidad/>
- Rodríguez, L., & Hernández, J. (2013). *Análisis de estados financieros*. México D.F: Ediciones Mc Graw Hill.
- Rosario, L. (2013). *10 Pasos para aumentar la rentabilidad*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.
- Tomacini, L. (2016). *Costos de Producción y Rentabilidad del C.I.S. Panadería y Confitería de la UNA – Puno*. Obtenido de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/130678>
- Timaná, I. (2016). *Factores que influyen negativamente en la rentabilidad de la MYPE panadería Miraflores de Otuzco Cajamarca*. Obtenido de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/140927>
- Vinza, S. (2013). *Propuesta para la aplicación del método de costeo por actividades en la empresa Gráficas Olmedo*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/165/1/T-UCE-0005-20.pdf>

ANEXOS

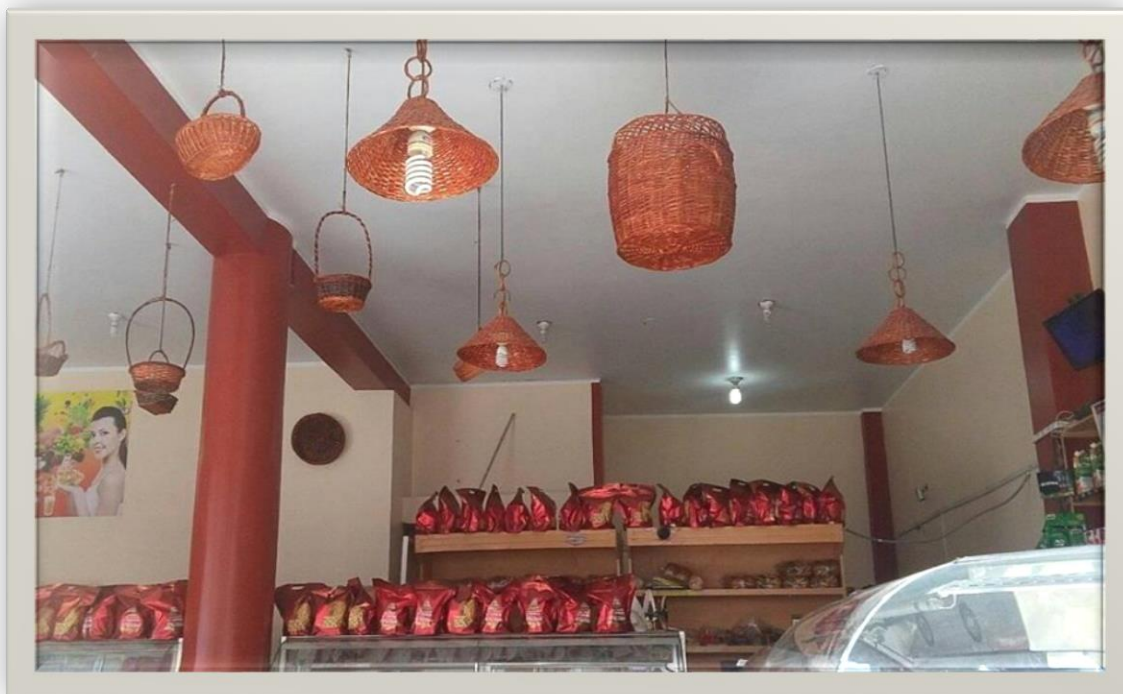
ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnica e instrumento
¿De qué manera el diseño de un sistema de costeo basado en actividades permite incrementar la rentabilidad de la panadería San Martín - Chota, 2017?	Objetivo general	La implementación del diseño de un sistema de costeo basado en actividades incrementará la rentabilidad de la panadería San Martín - Chota, 2017.	Variable Independiente: Sistema de costeo basado en actividades	Procesos productivos	Numero de procesos productivos	Técnica: entrevista Instrumento: guía de entrevista
	Diseñar un sistema de costeo basado en actividades para incrementar la rentabilidad de la panadería San Martín - Chota, 2017			Actividades planificadas	Número de actividades	
	Objetivos específicos			Costos indirectos	Porcentaje de costos indirectos de fabricación	
	Analizar el costo actual de la panadería San Martín – Chota.			Mano de obra	Número de obras	
	Determinar el costo unitario de los productos de mayor rotación de la panadería San Martín – Chota.			Materia prima	Cantidad de materia prima	
	Evaluar la rentabilidad de la panadería San Martín - Chota		Variable dependiente: Rentabilidad	Rentabilidad sobre la Inversión	Utilidad Neta/Activo Total	Técnica: análisis documental Instrumento: hoja de registro
	Realizar un diseño de un sistema de costeo basado en actividades para incrementar la rentabilidad de la panadería San Martín – Chota.			Rentabilidad sobre Patrimonio	Utilidad Neta/Patrimonio	
				Utilidad Activo	Utilidad antes Impuesto/Activo	
				Utilidad Ventas	Utilidad antes Impuesto/Ventas	
				Margen Utilidad Bruta	Ventas – Costo Ventas/ Ventas	
				Margen Utilidad Neta	Utilidad Neta/Ventas Netas	

Fotos



LOCAL PANADERIA LAS CANASTAS



AMBIENTE PANADERIA LAS CANASTAS



DESPUES DE LA ENTREVISTA