



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRATIVA Y CIENCIAS**

CARRERA: TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNÓLOGA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA:

**ANÁLISIS DE LOS COSTOS DE VENTAS DE LA MICROEMPRESA
“CAMISETAS COOL”**

Autora: Peña Veloz Ruth Francisca

Tutora: PhD. Elena Tolozano Benites

Guayaquil, Ecuador

2019

DEDICATORIA

Quiero pronunciar mi mayor reconocimiento a Dios Todopoderoso que nos ha dado el regalo de la vida gracias por miles de bendiciones hayan sido grandes o pequeñas me he regocijado a través de sus maravillas.

A mis padres William Peña y Dora Veloz por sus largas horas de oración y por ser un cimiento primordial en mi vida por ser mi inspiración para alcanzar este logro. Estoy en deuda con ustedes y no los quiero defraudar siempre me apoyaron y esta es la hora de ver la cosecha.

A mis hermanas Mirian y Cruz por sus consejos y la gran ayuda que me brindaron durante estos tres largos años para poder cumplir con esta meta, me siento muy dichosa de poder contar con ustedes en cualquier escenario que la vida me presente.

A mi hijo Ryan Plúas, sus abrazos y su cariño son los detonantes de mi felicidad, de mi esfuerzo y de mis ganas de buscar cada día lo mejor para él.

Te agradezco hijo mío por ayudarme y excusarme cada domingo que no estuve presente en tus primeros años de vida fuiste la motivación más grande para concluir con éxito este proyecto.

Un homenaje grande para ti esposo Daniel Plúas, Dios te puso en mi camino para resplandecer mi vida para llenarla de muchas alegrías y aunque hayamos pasado por muchas adversidades hemos podido madurar y amarnos más y ser una pareja que se apoya se respeta y que ama a Dios por sobre todas cosas gracias por tu apoyo íntegro y económico.

Ruth Francisca Peña Veloz

AGRADECIMIENTO

Al instituto Tecnológico Bolivariano por acogerme en sus aulas, a todos los docentes que impartieron sus conocimientos para poder crecer como futura profesional de la Republica.

A mi tutor Illescas Prieto Simón Alberto por su enseñanza para poder realizar este proyecto.

No fueron nada sencillos todos los semestres que tuve que pasar, pero pude disfrutar y aprender de cada taller, investigación y exposiciones, sé que estas experiencias en clases servirán en mi futuro.

A mis compañeras, amigas de viaje y de aprendizaje constante Lissette Santos y Flor Macías gracias por animarme a seguir esta carrera junto a ustedes las quiero mucho y por último al señor Pedro Santos Torres, por su paciencia y madrugadas junto a nosotras muchas gracias.

Ruth Francisca Peña Veloz



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: Análisis de los costos de ventas de la microempresa “Camisetas COOL” y problema de investigación: ¿Cómo Contribuir al análisis de los costos de ventas para generar una mayor rentabilidad económica en la microempresa Camisetas Cool ubicada en el Recinto El Porvenir del Cantón Santa Lucia, provincia del Guayas, en el año 2018?, presentado por Peña Veloz Ruth como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresada:

Peña Veloz Ruth Francisca

Tutora:

PhD. Elena Tolozano Benites

T 15382

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Ruth Francisca Peña Veloz** en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Análisis de los costos de ventas de la microempresa "Camisetas COOL"**, de la modalidad **Presencial** realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Contabilidad y Auditoría**, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos. Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.



Peña Veloz Ruth Francisca

Firma

No. de cedula: 0921371068



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTI PLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES** del ITB.

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA:

Análisis de los costos de ventas de la microempresa “Camisetas COOL”

Autor: Ruth Francisca Peña Veloz

Tutora: Phd. Elena Tolozano Benites

RESUMEN

La microempresa Camisetas COOL, dedicada a la venta de camisetas personalizadas es una empresa que está iniciando sus actividades, presentaba falencias al analizar el costo de ventas. El proyecto de investigación estuvo orientado a un análisis de los costos de ventas para generar una mayor rentabilidad económica, se fundamentó el estudio en los aspectos teóricos sobre el análisis resaltado los costos de ventas y la rentabilidad. La metodología que se utilizó en el análisis, es el descriptivo, correlacional y explorativo. El análisis documental y la observación, fueron utilizadas mediante las cuales se llegaron a las conclusiones y entre las más relevantes es que la rentabilidad de la Microempresa Camisetas Cool, tiene una considerable afectación con el establecimiento inadecuado de los costos de ventas que se utilizan en sus actividades, mermando los ingresos económicos o utilidades que se obtiene al término del periodo.

Costos de Ventas

Rentabilidad



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA:

Análisis de los costos de ventas de la microempresa “Camisetas COOL”

Autor: Ruth Francisca Peña Veloz

Tutora: Phd. Elena Tolozano Benites

ABSTRACT

The micro business T-shirts COOL, dedicated to the sale of personalized t-shirts is a company that is starting its activities, showing flaws when analyzing the cost of sales. The research project was oriented to an analysis of the costs of sales to generate a greater economic profitability, it was based on the study in the theoretical aspects on the analysis of the cost of sales and profitability. The methodology used in the analysis is descriptive, correlational and explorative. Documentary analysis and observation are a useful relationship. The information is very good. Activities, diminishing the economic income or profits obtained at the end of the period.

cost of sales

cost effectiveness

INDICE DE GENERAL

Contenidos	Páginas
Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificación de aceptación del tutor	iv
Cláusula de autorización para la publicación del trabajo.....	v
Certificación de aceptación del cegescit.....	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
Indice de general	ix
Índice de tablas	x
Índice de graficos.....	xi
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
Ubicación del problema en un contexto	1
Situación conflicto	2
Formulación del problema:	2
Delimitación del problema	3
Evaluación del problema	3
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	4
Objetivo general	4
Objetivos específicos	4
JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA	4
CAPÍTULO II.....	6
MARCO TEÓRICO	6
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	6
Antecedentes históricos	6
Antecedentes referenciales:	8

Antecedentes teóricos	8
FUNDAMENTACIÓN LEGAL	15
VARIABLES DE INVESTIGACIÓN	21
DEFINICIONES Y CONCEPTOS:	21
CAPÍTULO III.....	24
MARCO METODOLÓGICO	24
PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.....	24
Evolución histórica de la microempresa “Camisetas Cool”	24
Misión.....	24
Visión	24
TIPOS DE INVESTIGACIÓN	27
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	28
PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	29
CAPÍTULO IV	30
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	30
CONCLUSIONES	48
RECOMENDACIONES.....	49
ANEXOS.....	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tipos de investigación.....	27
Tabla 2 Técnicas de investigación	28
Tabla 3 Materia prima directa	31
Tabla 4 Costo de materia prima directa	31
Tabla 5 Costo de materia prima directa para 3.840 camisetas	32
Tabla 6 Costo de mano de obra directa	32
Tabla 7 Costo de mano de obra.....	33
Tabla 8 Costo por hora de mano de obra	33
Tabla 9 Tiempo utilizado en la fabricación	33
Tabla 10 Costos indirectos de fabricación	34
Tabla 11 Costos fijos y costos variables	35
Tabla 12 Estado de costo de producción y venta.....	36
Tabla 13 Estado de situación financiera 2017.....	37
Tabla 14 Estado de situación financiera 2018.....	38
Tabla 15 Análisis horizontal Estado de Pérdidas y Ganancias.....	39

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Logo de la Empresa.....	26
Gráfico 2 Organigrama de la empresa.....	27
Gráfico 3 Rotación de activo.....	41
Gráfico 4 Rentabilidad de las ventas.....	42
Gráfico 5 Rentabilidad de las inversiones.....	43
Gráfico 6 ROI.....	44
Gráfico 7 ROE.....	45

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

Las Pymes contribuyen a dinamizar la economía nacional, debido a que sus costos de inversión son bajos, lo que además le permite enfrentar favorablemente los cambios del mercado (Solís y Yance, 2017).

La Pymes, se originan en su gran mayoría del patrimonio familiar, con el propósito de ser dueños de su propia empresa y de esta manera dejar de ser dependiente de una organización (Tapia y Zúñiga, 2016).

La contribución de las Pymes a la economía del país, ha ido incrementándose paulatinamente, ocasionada en gran medida por la escasez de fuentes laborales, aportando el 13% del PIB del Ecuador (Tapia y Zúñiga, 2016).

El Porvenir es un recinto que está en proceso de crecimiento poblacional y económico, lo cual permite aprovechar este mercado para ofrecer y comercializar camisetas personalizadas con la finalidad de satisfacer los gustos de los clientes que buscan productos de calidad y personalizados según su preferencia.

La Microempresa “Camisetas Cool” se dedica a la venta de camisetas y buzos personalizados en el cantón Santa Lucía, del Recinto El Porvenir, esta microempresa surge debido a que no existe un lugar específico que ofrezca camisetas diseñadas y personalizadas a los clientes, a pesar de la alta demanda de camisetas personalizadas a nivel local y nacional.

No obstante, en la actualidad tiene carencia de un estudio sobre los costos de ventas en la microempresa “Camisetas Cool”, conlleva a que la organización presente problemas económicos, debido al incorrecto planteamiento en la determinación de los precios de ventas de los productos basados en los valores que se utilizan para la producción de los mismos.

Situación conflicto

La microempresa “Camisetas Cool” presenta falencias en la determinación de sus costos de ventas, indispensables para establecer el valor de salida del producto al público, ocasionando pérdidas dentro de la empresa por la falta del estudio adecuado para el correcto establecimiento de un precio de venta, aspecto que debe incluir todo los valores que se utilizaron para la fabricación de las camisetas personalizadas, acciones que minimicen gastos en compra de materiales e insumos para realizar una producción adecuada en base a cantidades demandadas, utilizando eficientemente el uso de dichos materiales para obtener una mejor utilidad al momento de realizar la venta de los productos.

Formulación del problema:

¿Cómo contribuir al análisis de los costos de ventas para generar una mayor utilidad en la microempresa Camisetas Cool ubicada en el Recinto El Porvenir del Cantón Santa Lucia, provincia del Guayas, en el año 2018?

Variable independiente

Costo de ventas

Variable dependiente

Rentabilidad económica

Delimitación del problema

Campo: Contabilidad costos

Área: Costos de ventas

Aspectos: Análisis de costos, rentabilidad económica.

Contexto: microempresa Camisetas Cool

Cantón: Santa Lucia

Provincia: Guayas

Año: 2018

Evaluación del problema

Delimitado. - La delimitación del problema se evidencia por el establecimiento de dos variables correlacionadas en un tiempo y espacio determinado.

Claro. - El presente trabajo de investigación se expresa en términos claros y sencillos de comprender por los actores intervinientes.

Concreto. – La investigación conlleva solo los aspectos más relevantes de análisis que servirá para la organización.

Relevante. - El estudio es relevante pues busca las posibles soluciones de los problemas encontrados con la finalidad de generar una mejor utilidad aplicando costos de ventas adecuados.

Original. – Al no haber realizado ningún estudio de similares características dentro de la microempresa “Camisetas Cool”, el trabajo es único.

Factible. – El trabajo es factible al contar con el apoyo y la accesibilidad a la información prestada por los miembros de la microempresa “Camisetas Cool”.

Variables. - Se identifican dos variables en la realización de la investigación. La variable dependiente, que en el caso de estudio es la rentabilidad económica, y la variable independiente que son los costos de ventas, los cuales tendrán su comprobación en el desarrollo del trabajo.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Elaborar el análisis de los costos de ventas para generar una mayor utilidad en la microempresa Camisetas Cool.

Objetivos específicos

- Fundamentar desde la teoría de la Contabilidad de Costo la relación entre costos de ventas y la utilidad.
- Diagnosticar la situación actual de los procedimientos aplicados en la determinación de los costos de ventas de la microempresa Camisetas Cool.
- Elaborar el informe del análisis de los costos de venta de la microempresa Camisetas Cool.

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

La elaboración de la presente investigación tiene como finalidad contribuir con información necesaria para la microempresa “Camisetas Cool” respecto al manejo de los costos de ventas, los cuales dentro de una empresa son indispensables en la búsqueda de un funcionamiento adecuado y la obtención de mejores ingresos para la misma.

Con la correcta aplicación de análisis de los costos de ventas que intervienen en la producción de las camisetas y buzos personalizados que ofrece la empresa, se obtendrán mejores niveles en la obtención de utilidades, coadyuvando con el área administrativa de la organización en la toma de decisiones adecuadas en el establecimiento de los precios de venta.

Siendo de suma importancia la realización del trabajo, pues apoyará a la microempresa “Camisetas Cool” con la información base para un correcto manejo de costos de ventas, alcanzando mejores niveles de eficiencia y eficacia en la realización de sus operaciones productivas, minimizando gastos y obteniendo mejores utilidades.

Utilidad práctica: Realizar el análisis de costos de ventas para obtener una mejor rentabilidad en la microempresa “Camisetas Cool”.

Utilidad metodológica: Con la realización del análisis de los costos de ventas con la utilización de información concerniente a la importancia de la utilización y correcta aplicación de los costos que incurren en la producción y posterior venta o comercialización garantizando la obtención de mejores niveles de utilidad, con la presentación de cuadros con la información de cómo establecer un adecuado costo de ventas, para lograr como objetivo una mejor rentabilidad para la empresa.

Los beneficiarios con la elaboración del trabajo son todos integrantes de la microempresa “Camisetas Cool”, y los clientes de la organización, obteniendo mejores niveles de rentabilidad para la empresa y mejorando la calidad de productos para los clientes.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes históricos

Según CAPEIPI (2014)

Establece que, en el Ecuador, la microempresa surgió a partir del año 1972, año en el que se creó la CAPEIPI (Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha), siendo la corporación pionera que estaba constituida por los sectores de las MIPYMES, la cual buscaba ofrecer el servicio de capacitación a los socios o personas emprendedoras que necesitaban asesoramiento en términos de manejo de una microempresa, en aspectos económicos y tecnológicos. Disponible en la página web: www.capaipi.com.ec

Según el INEC (2010)

Enuncia que las microempresas corresponden al 89,6% de todos los negocios existentes en el país, teniendo un mayor grado de concentración en las ciudades de Quito y Guayaquil por ser las ciudades con mayor crecimiento económico y comercial, el restante de porcentaje se reparte en empresas pequeñas con un 8,2%, medianas representada en un 1,7%, y por último 0,5% que corresponde a las grandes empresas. Disponible en la página web: www.inec.gob.ec

Según Pérez José (2015) “el costo de ventas es el gasto o el costo de producir de todos los artículos vendidos durante un período contable, cada unidad vendida tiene un costo de ventas o costo de los bienes vendidos” (p.53).

Según Magallón Ramón (2015)

En las empresas con un gran número de elementos que fluyen a través, el costo de ventas o costo de los bienes vendidos a menudo se calcula mediante esta fórmula; Costo de Ventas = Inventario al comienzo del periodo + Compras y gastos durante el periodo - Inventario al Final del Periodo (p. 87).

Según Cuevas Carlos (2011)

Los costos de los productos vendidos es cuando muchas empresas venden bienes que han comprado o producido, cuando los bienes se compran o se producen, los costos asociados con tales bienes se capitalizan como parte del inventario (o stock) de bienes, estos costos se tratan como un gasto en el período en que la empresa reconoce los ingresos de la venta de las mercancías (p. 85).

Según Berrío Deysi (2016)

Los costos requieren mantener registros de los bienes o materiales comprados y cualquier descuento en dicha compra, además, si las mercancías son modificadas, la empresa debe determinar los costos incurridos en la modificación de las mercancías, tales costos de modificación incluyen mano de obra, suministros o material adicional, supervisión, control de calidad y uso del equipo/maquinaria (p. 64).

Antecedentes referenciales

En la Universidad Estatal de Milagro en el año 2013, las estudiantes Tasia Verónica Lino Castro y Verónica de Pilar Rodríguez Panchana propusieron el tema Análisis de los Costos de Ventas y distribución de los productos de la compañía DISPROSA S.A.

Esta tesis es de conocimiento administrativo, por lo cual detallan los procedimientos que se siguen en torno a la entrega y devolución de los productos, las funciones y responsabilidades de cada uno de los involucrados en esta actividad comercial, y cuáles van a ser las mejoras o estrategias a tomar en cada caso. Este trabajo es una guía sobre lo que debo hacer para el respectivo análisis, la diferencia de mi proyecto me voy a enfocar en el análisis de los costos de ventas.

Universidad Cesar Vallejo de Perú, la estudiante Merino Pérez Vanesa Gabriela decidieron hacer un estudio sobre un Sistema de Costo y su efecto en la rentabilidad en una empresa ganadera de productos lácteos, comprueba mediante la investigación la situación actual de la empresa sobre los costos incurridos en producción es mediante la identificación de los costos, la rentabilidad se evaluó y se determinó la utilidad mediante el análisis del costo de insumos que es el más significativo con respecto a los demás. A diferencia del proyecto este está basado en el estudio de la empresa y se representa la rentabilidad.

Antecedentes teóricos

Fundamentos de la contabilidad de costos

La Contabilidad de Costos, es una ciencia que nace de la Contabilidad General por lo tanto ha tenido una evolución y son muchos los autores que han aportado a ello, lo más importantes se trabajan como parte de los antecedentes teóricos que fundamentan el estudio (Rocafort y Ferrer, 2010).

Según Rojas Cataño Lourdes (2015)

La Contabilidad de Costos se entiende cualquier técnica o mecánica contable que permita calcular lo que cuesta fabricar un producto o prestar un servicio. Se le considera un subsistema de la contabilidad general, al que le corresponde la manipulación detallada de la información pertinente a la fabricación de un producto, para la determinación de su costo final (p. 60).

Para Rocafort Alfredo (2010)

La Contabilidad de Costos se puede definir como un proceso ordenado que usa los principios generales de contabilidad para registrar los costos de operación de un negocio de tal manera que, con datos de producción y ventas, la gerencia pueda usar las cuentas para averiguar los costos de producción y los costos de distribución, ambos por unidad y en total de uno o de todos los productos fabricados o servicios prestados, y los costos de otras funciones diversas de la negociación con el fin de lograr una operación económica, eficiente y productiva (p. 119).

Costos de ventas

El coste de ventas o costo de ventas representa al gasto o coste de producir todos los artículos vendidos durante un determinado periodo de tiempo. Cada producto o servicio que vendamos, tendrá un coste de ventas específico, como es lógico, el cual variará según la materia prima necesaria, el personal involucrado en su producción, el canal de distribución empleado. Una infinidad de elementos que, de alguna manera, deben cuantificarse para determinar de manera precisa y fiable el coste de venta de cada uno de los productos o servicios (Rivero, 2017).

Coste de ventas en una empresa comercial e industrial

El coste de ventas variará mucho en función de la empresa a la que nos refiramos. Diferenciación especial cabe hacer, sobre todo, entre las

empresas comerciales y las industriales. Entre ellas, los procesos por los que pasa el producto o servicio son diferentes y, por lo tanto, el coste de ventas del producto a vender variará bastante (Rivero, 2017).

En una empresa comercial, el proceso por el que pasan los bienes es mucho más corto, pues en este caso no se da ni fabricación ni producción del producto. Así, el cálculo del coste de ventas en una empresa comercial es muy sencillo, haciendo la diferencia entre existencias iniciales y finales y sumando las compras de la empresa realizadas (Rivero, 2017).

Procedimientos del análisis de los costos de ventas

El costo de ventas es el resultado de la suma de los costes variables asociados con la generación de ingresos. Llevar a cabo el cálculo de forma correcta es la única forma de alcanzar el equilibrio necesario para fijar el precio adecuado a los productos o servicios que se comercializan (Sinisterra y Rincón, 2018).

Cuando se cometen errores al calcular el costo de ventas pueden darse dos consecuencias igual de negativas:

- a) Fijación de un precio excesivamente alto, causante del desgaste de la ventaja competitiva, que puede terminar diluyéndose.
- b) Determinación de un precio demasiado bajo, que provoca una caída en el margen de beneficios (Sinisterra y Rincón, 2018).

Al establecer el costo de ventas hay que pensar en términos de rentabilidad. Es importante determinar la cifra correcta para asegurarse, no sólo de que los precios de los bienes se han establecido de forma adecuada y proporcionarán un margen de beneficio bruto apropiado; sino de que el negocio está en disposición de maximizar su rentabilidad administrando los gastos generales (Sinisterra y Rincón, 2018).

Aspectos a tener en cuenta para llevar a cabo el cálculo del costo de ventas

De acuerdo con su identificación con una actividad, departamento o producto:

- a) Costos directos:** Son los que se identifican plenamente con una actividad, departamento o producto. En este concepto se cuenta el sueldo correspondiente a la secretaria del director de ventas, que es un costo directo para el departamento de ventas; la materia prima es un costo directo para el producto, etcétera.
- b) Costo indirecto:** Es el que no se puede identificar con una actividad determinada. Por ejemplo, la depreciación de la maquinaria o el sueldo del director de producción respecto al producto. Algunos costos son duales; es decir, son directos e indirectos al mismo tiempo. El sueldo del gerente de producción es directo para los costos del área de producción, pero indirecto para el producto. Como se puede apreciar, todo depende de la actividad que se esté analizando (Arredondo, 2015).

Para un fabricante, el coste de ventas será el coste de los productos terminados en su inventario inicial más el coste de los bienes fabricados menos el coste de los productos terminados en el inventario final; mientras que para un empresario minorista será el coste de la mercancía en su inventario inicial más el costo neto de la mercancía comprada menos el costo de la mercancía en su inventario final (Sinisterra y Rincón, 2018).

A la hora de llevar a cabo el cálculo del Costo de ventas hace falta sumar las siguientes tres variables:

1. **Mano de obra directa:** Se trata, básicamente, de todos esos gastos que tienen que ver con la compensación y retención de los empleados directamente involucrados en la producción de bienes o la prestación de servicios.

2. **Gastos generales.** Bajo este epígrafe se engloban conceptos que variarán en función del tipo de negocio de que se trate y la industria en que se encuadre. Las partidas de asignación de gastos generales se determinan como cualquier coste directamente relacionado con la generación de ingresos.
3. **Materiales.** El costo de los materiales que intervienen en la creación de una pieza de inventario se considera parte de esta variable y es necesario tenerlo en cuenta para el cálculo del costo de ventas (Sinisterra y Rincón, 2018).

Rentabilidad económica

Según Moreno (2018)

La Rentabilidad Económica mide la capacidad que tienen los activos (bienes y derechos como son los mostradores, estanterías, derechos de cobro sobre clientes) para generar el beneficio bruto (aquel beneficio en el que no se descuentan los intereses e impuestos que hay que pagar sobre el propio beneficio), el beneficio bruto o beneficio Antes de Intereses e Impuestos es la diferencia entre los ingresos y los gastos (p. 95).

Rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades (Corona, Bejarano, y González, 2015).

Indicadores financieros de rentabilidad

Los indicadores de rendimiento, denominados también de rentabilidad o lucratividad, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades (Marcial, 2016).

Desde el punto de vista del inversionista, lo más importante de utilizar estos indicadores es analizar la manera como se produce el retorno de los valores invertidos en la empresa (rentabilidad del patrimonio y rentabilidad del activo total) (Marcial, 2016).

Rentabilidad neta del activo (Dupont)

Demuestra la capacidad del activo de una empresa para producir utilidades, independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio propio (Marcial, 2016).

$$\text{Rentabilidad neta del activo} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} * \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

Si bien la rentabilidad neta del activo se puede obtener dividiendo la utilidad neta para el activo total, la variación presentada en su fórmula, conocida como “Sistema Dupont”, permite relacionar la rentabilidad de ventas y la rotación del activo total, con lo que se puede identificar las áreas responsables del desempeño de la rentabilidad del activo (Marcial, 2016).

Margen bruto

Este índice permite identificar cual es la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos (Marcial, 2016).

$$\text{Margen bruto} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de ventas}}{\text{Ventas}}$$

Margen operacional

La utilidad operacional está afectada directamente por los costos de ventas, los gastos operacionales de administración y demás. En la que no se debe estimar a los gastos financieros como un gasto de operación, ya

que una empresa puede funcionar sin la utilización de los mismos. Una compañía podría desarrollar su actividad social sin incurrir en gastos financieros, por ejemplo, cuando no incluye deuda en su financiamiento, o cuando la deuda incluida no implica costo financiero por provenir de socios, proveedores o gastos acumulados (Marcial, 2016).

$$\text{Margen operacional} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}}$$

Este indicador tiene una gran relevancia, ya que permite identificar si la empresa tiene lucratividad o no, independientemente de sus fuentes de financiamiento (Marcial, 2016).

Rentabilidad neta de ventas (margen neto)

Los indicadores de rentabilidad de ventas presentan la utilidad o beneficios de la empresa por cada unidad de venta. Debiendo tener cuidado al estudiar este indicador, comparándolo con el margen operacional, para establecer si la utilidad procede principalmente de la operación propia de la empresa, o de otros ingresos diferentes (Marcial, 2016).

$$\text{Margen neto} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

Rentabilidad operacional del patrimonio

La rentabilidad operacional del patrimonio es aquella que permite identificar el beneficio o rentabilidad que les ofrece a los socios o accionistas el capital que han invertido en la empresa, sin tomar en cuenta los gastos financieros, ni los impuestos, así como tampoco la participación de trabajadores. Por tanto, para su análisis es importante tener en cuenta la diferencia que existe entre este índice y el de rentabilidad financiera, para conocer cuál es el impacto de los gastos financieros e impuestos en la rentabilidad de los accionistas.

$$\text{Rentabilidad operacional del patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Patrimonio}}$$

Este índice también puede registrar valores negativos, por la misma razón que se explica en el caso del margen operacional.

Rentabilidad financiera

Si una persona desea mantener una inversión en una empresa es generalmente porque recibe beneficios económicos mayores a los que le ofrecen otras empresas del mercado, o recibe incentivos para permanecer de accionista (Marcial, 2016).

Si bien la rentabilidad neta se puede encontrar fácilmente dividiendo la utilidad neta para el patrimonio, la fórmula a continuación permite identificar qué factores están afectando a la utilidad de los accionistas (Marcial, 2016).

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo}} * \frac{\text{UAI}}{\text{Ventas}} * \frac{\text{Activo}}{\text{Patrimonio}} * \frac{\text{UAI}}{\text{UAI}} * \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{UAI}}$$

Por lo que el empresario o accionista debe tener en consideración aquellos factores que le han brindado beneficios o le han ocasionado problemas en la rentabilidad de sus inversiones (Marcial, 2016).

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Constitución de la República del Ecuador

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado (Constitución de la República del Ecuador, 2018).

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.
4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.
5. Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción estratégica en el contexto internacional, que contribuya a la paz y a un sistema democrático y equitativo mundial.

6. Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado.
7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural (Constitución de la República del Ecuador, 2018).

Art. 329.- Las jóvenes y los jóvenes tendrán el derecho de ser sujetos activos en la producción, así como en las labores de auto sustento, cuidado familiar e iniciativas comunitarias. Se impulsarán condiciones y oportunidades con este fin (Constitución de la República del Ecuador, 2018).

Para el cumplimiento del derecho al trabajo de las comunidades, pueblos y nacionalidades, el Estado adoptará medidas específicas a fin de eliminar discriminaciones que los afecten, reconocerá y apoyará sus formas de organización del trabajo, y garantizará el acceso al empleo en igualdad de condiciones (Constitución de la República del Ecuador, 2018).

Se reconocerá y protegerá el trabajo autónomo y por cuenta propia realizado en espacios públicos, permitidos por la ley y otras regulaciones (Constitución de la República del Ecuador, 2018).

Se prohíbe toda forma de confiscación de sus productos, materiales o herramientas de trabajo (Constitución de la República del Ecuador, 2018).

Los procesos de selección, contratación y promoción laboral se basarán en requisitos de habilidades, destrezas, formación, méritos y capacidades. Se prohíbe el uso de criterios e instrumentos discriminatorios que afecten la privacidad, la dignidad e integridad de las personas (Constitución de la República del Ecuador, 2018).

El Estado impulsará la formación y capacitación para mejorar el acceso y calidad del empleo y las iniciativas de trabajo autónomo. El Estado velará por el respeto a los derechos laborales de las trabajadoras y trabajadores ecuatorianos en el exterior, y promoverá convenios y acuerdos con otros países para la regularización de tales trabajadores (Constitución de la República del Ecuador, 2018).

Art. 333.- Se reconoce como labor productiva el trabajo no remunerado de auto sustento y cuidado humano que se realiza en los hogares. El Estado promoverá un régimen laboral que funcione en armonía con las necesidades del cuidado humano, que facilite servicios, infraestructura y horarios de trabajo adecuados; de manera especial, proveerá servicios de cuidado infantil, de atención a las personas con discapacidad y otros necesarios para que las personas trabajadoras puedan desempeñar sus actividades laborales; e impulsará la corresponsabilidad y reciprocidad de hombres y mujeres en el trabajo doméstico y en las obligaciones familiares (Constitución de la República del Ecuador, 2018).

La protección de la seguridad social se extenderá de manera progresiva a las personas que tengan a su cargo el trabajo familiar no remunerado en el hogar, conforme a las condiciones generales del sistema y la ley (Constitución de la República del Ecuador, 2018).

Plan Nacional del Buen vivir 2013-2017

Objetivo 9

Garantizar el trabajo digno en todas sus formas

Los principios y orientaciones para el Socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas. En prospectiva, el trabajo debe apuntar a la realización

personal y a la felicidad, además de reconocerse como un mecanismo de integración social y de articulación entre la esfera social y la económica (Plan Nacional de Desarrollo , 2017).

La Constitución establece de manera explícita que el régimen de desarrollo debe basarse en la generación de trabajo digno y estable, el mismo que debe desarrollarse en función del ejercicio de los derechos de los trabajadores (art. 276). Lo anterior exige que los esfuerzos de política pública, además de impulsar las actividades económicas que generen trabajo, garanticen remuneraciones justas, ambientes de trabajo saludables, estabilidad laboral y la total falta de discriminación. Una sociedad que busque la justicia y la dignidad como principios fundamentales no solamente debe ser evaluada por la cantidad de trabajo que genera, sino también por el grado de cumplimiento de las garantías que se establezcan y las condiciones y cualidades en las que se efectúe. Asimismo, debe garantizar un principio de igualdad en las oportunidades al trabajo y debe buscar erradicar de la manera más enfática cualquier figura que precarice la condición laboral y la dignidad humana (Plan Nacional de Desarrollo , 2017).

Lo anterior también implica considerar la injerencia directa del Estado en los niveles de trabajo como empleador –especialmente como empleador de última instancia–, con el objeto de asegurar el acceso al trabajo a las poblaciones en condición de vulnerabilidad económica y de garantizar la total aplicación del concepto constitucional del trabajo como un derecho (Plan Nacional de Desarrollo , 2017).

De la misma manera, las acciones del Estado deben garantizar la generación de trabajo digno en el sector privado, incluyendo aquellas formas de producción y de trabajo que históricamente han sido invisibilizadas y desvalorizadas en función de intereses y relaciones de poder. Tanto a nivel urbano como rural, muchos procesos de producción y de dotación de servicios se basan en pequeñas y medianas unidades familiares, asociativas o individuales, que buscan la subsistencia antes

que la acumulación. Amparándose en la Constitución de la Republica, es necesario profundizar el reconocimiento y el apoyo a estas distintas formas de trabajo, sobre todo a las que corresponden al auto sustento y al cuidado humano, a la reproducción y a la supervivencia familiar y vecinal (arts. 319 y 333) (Plan Nacional de Desarrollo , 2017).

Para alcanzar este objetivo, debemos generar trabajos en condiciones dignas, buscar el pleno empleo priorizando a grupos históricamente excluidos, reducir el trabajo informal y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales. Hay que establecer la sostenibilidad de las actividades de autoconsumo y auto sustento, así como de las actividades de cuidado humano, con enfoque de derechos y de género. El fortalecimiento de los esquemas de formación ocupacional y capacitación necesita articularse a las necesidades del sistema de trabajo y a la productividad laboral (Plan Nacional de Desarrollo , 2017).

Norma Internacional de Información Financiera 5 Activos no Corrientes Mantenidos para la Venta y Operaciones Discontinuas (2010)

El objetivo de esta NIIF es especificar el tratamiento contable de los activos mantenidos para la venta, así como la presentación e información a revelar sobre las operaciones discontinuadas. En particular, la NIIF requiere que:

- (a) Los activos que cumplan los requisitos para ser clasificados como mantenidos para la venta, sean valorados al menor valor entre su importe en libros y su valor razonable menos los costos de venta, así como que cese la depreciación de dichos activos; y
- (b) los activos que cumplan los requisitos para ser clasificados como mantenidos para la venta, se presenten de forma separada en el estado de situación financiera, y que los resultados de las operaciones discontinuadas se presenten por separado en el estado del resultado integral.

VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Variable independiente

Costo de ventas

El costo de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende (Horngren Foster y Datar, 2017).

Variable dependiente

Rentabilidad económica

Según (Pérez, 2013), la rentabilidad económica mide la tasa de devolución producida por un beneficio económico (anterior a los intereses y los impuestos) respecto al capital total, incluyendo todas las cantidades prestadas y el patrimonio neto (que sumados forman el activo total).

DEFINICIONES Y CONCEPTOS:

Contabilidad de costos: La contabilidad de costos, es la encargada de estudiar como su nombre lo indica, los costos de producción, distribución y asignación, de cada producto o mercancía que entre al negocio; de esta forma podrán controlar los precios de los procesos además de asignar los montos de venta (Reyes, 2015).

Contabilidad general: La contabilidad general de una empresa, por lo tanto, implica el control de todas sus operaciones diarias: compra, venta, gastos, inversiones. El contador debe registrar, analizar, clasificar y resumir dichas operaciones para volcarlas en un estado o balance con información veraz (Vite Rangel, 2016).

Costos: El costo de ventas es el gasto o el costo de producir de todos los artículos vendidos durante un período contable. Cada unidad vendida tiene un costo de ventas o costo de los bienes vendidos (Cuevas Francisco, 2014).

Costos de distribución: Los costos de distribución son todos los desembolsos en que incurre un productor para hacer llegar sus productos, desde su planta de fabricación hasta el lugar en que son adquiridos, constituyéndose así en un componente fundamental del costo total para el productor y del precio que pagan los consumidores, por ello su análisis reviste gran importancia en términos de eficiencia empresarial (Horngren Foster y Datar, 2017).

Costos de producción: Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto (Cárdenas Nápoles, 2016).

Costos de ventas: El coste de ventas o costo de ventas representa al gasto o coste de producir todos los artículos vendidos durante un determinado periodo de tiempo. Cada producto o servicio que vendamos, tendrá un coste de ventas específico, como es lógico, el cual variará según la materia prima necesaria, el personal involucrado en su producción, el canal de distribución empleado (Pérez Chávez, 2015).

Indicadores financieros: Los indicadores financieros o como también se conocen en el área de la economía y finanzas, son probablemente una de las herramientas o instrumentos que se utilizan con mayor frecuencia en el Análisis Financiero para poder hacer un análisis de la información obtenida de los Estados Financieros (Briseño Ramírez, 2016).

Mano de obra: En términos generales se conoce como mano de obra al individuo o individuos que intercambian sus cualidades o condiciones físicas por un salario o sueldo, la mano de obra engloba, por tanto, al colectivo de personas que son capaces de poner sus conocimientos al servicio de la producción de un bien o servicio (Keat y Young, 2014).

Materia prima: La Materia Prima son todos aquellos recursos naturales que el hombre utiliza en la elaboración de productos. Dichos elementos que los seres humanos extraen de la naturaleza son transformados en diversos bienes, y el modo en que lo hacen es bajo algún proceso industrial (Serés, 2010).

Patrimonio: El patrimonio de una empresa, esto es, el conjunto de bienes, derechos y obligaciones que constituyen los medios económicos para que una empresa funcione, está compuesto por lo que se conoce como masas patrimoniales: activo, pasivo y patrimonio neto (Horngren Foster y Datar, 2017).

Productos terminados: Se conoce como producto terminado al objeto destinado al consumidor final. Se trata de un producto, por lo tanto, que no requiere de modificaciones o preparaciones para ser comercializado (de Jaime Eslava, 2013).

Rentabilidad: La rentabilidad es cualquier acción económica en la que se movilizan una serie de medios, materiales, recursos humanos y recursos financieros con el objetivo de obtener una serie de resultados, la rentabilidad es el rendimiento que producen una serie de capitales en un determinado periodo de tiempo (de Jaime Eslava, 2016).

Utilidad: La utilidad es la medida de satisfacción por la cual los individuos valoran la elección de determinados bienes o servicios en términos económicos (Krugman y Wells, 2016).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Evolución histórica de la microempresa “Camisetas Cool”

La microempresa “Camisetas Cool” inició sus operaciones en el Cantón Santa Lucía, del Recinto El Porvenir, de la provincia del Guayas, esta empresa fue creada para vender camisetas y buzos personalizados a través del estampado; esta empresa surgió debido a la necesidad de los habitantes del Recinto El Porvenir de contar con sus prendas personalizadas, en el lugar no existe otra empresa que ofrezca estos productos y servicios por lo cual se acapara todo el mercado.

Misión

Atender las necesidades de vestir de la colectividad, proporcionando a sus clientes servicios y productos de calidad, generando a la microempresa una rentabilidad creciente y sostenible.

Visión

Ser líder en el mercado del estampado manteniendo la calidad y excelencia en nuestros productos y servicios.

Para el 2019 ser una empresa líder en la elaboración de camisetas para jóvenes, proponiendo innovación de productos, destacándonos en la calidad y comodidad de nuestros clientes y ser reconocidos como un icono por nuestros diseños a nivel nacional.

Logo de la microempresa Camisetas Cool

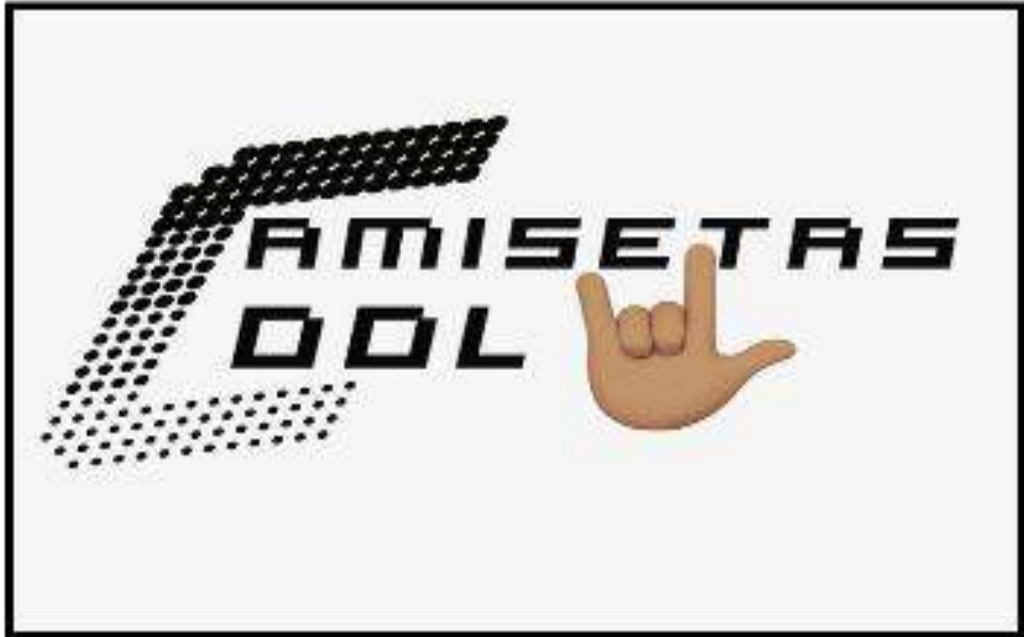


Gráfico 1 Logo de la microempresa Camisetas Cool
Fuente: Archivo de la institución

Valores

- Confiabilidad
- Honestidad
- Eficiencia
- Espíritu de servicio
- Responsabilidad

Organigrama de la microempresa Camisetas Cool

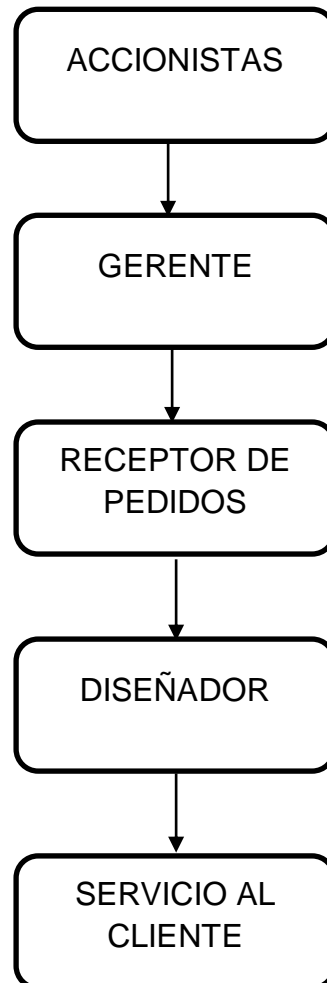


Gráfico 2 Organigrama de la microempresa

Fuente: Archivo de la institución

Productos o servicios que ofrece

Se vende camisetas y buzos de algodón o yersi personalizados y sin personalizar además camisetas tipo polo.

Empleados

Dentro de la microempresa las personas que trabajan son:

- Administrador

- Recepcionista de Pedidos
- Diseñador.

Competidores

- Fénix (personaliza camisetas de manera sublimada)
- Eliana Zambrano Mosquera (sublimados en camisetas gorras y vasos).

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El proceso de investigación utilizado para el desarrollo del presente trabajo es la investigación bibliográfica, debido a que obtendremos información que tenga relación con las variables del proyecto mediante la utilización de libros, internet y otros proyectos afines. También se utilizará la investigación de campo porque se trabajará directamente en las oficinas de la empresa.

TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Tabla 1 Tipos de investigación

Explicativo	Explorativo	Descriptivo	Correlacional
Van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos (Naghi, 2015)	Ayuda a familiarizarse con fenómenos desconocidos, obtener información para realizar una investigación más completa de un contexto particular (Naghi, 2015).	Buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Naghi, 2015)	Este tipo de estudios tienen como propósito medir el grado de relación que exista entre dos o más conceptos o variables, miden cada una de ellas y después, cuantifican y analizan la vinculación (Naghi, 2015).

Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)

Se utilizará la investigación exploratoria porque mediante el acercamiento que se va a tener en la microempresa se conocerá la falencia que incurre en los costos de ventas.

La investigación explicativa se centra en detallar minuciosamente la información sobre el tema de estudio, dando a conocer a los involucrados sobre los costos de ventas y su repercusión en la economía de la empresa.

El tipo de investigación descriptivo, detalla a breves rasgos la información encontrada, sobre las falencias que se encuentran en la empresa, ocasionadas por la inadecuada aplicación de los costos de ventas.

La investigación correlacional determinará la relación que se encuentre entre la información sobre el estado actual de los costos de ventas, y los aspectos que generarán una posible mejora para la obtención de mayores índices en la utilidad.

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Se utilizará el método de la observación: método nos permitirá percibir de manera directa si los procedimientos de los costos de ventas en la microempresa Camisetas Cool se utilizan de manera adecuada para brindar un mejor servicio y precio al cliente.

Tabla 2 Técnicas de investigación

Técnicas	Instrumentos
Observación Análisis documental	Guía Kardex, facturas

Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)

Observación

Consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis, es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el

investigador para obtener el mayor número de datos (Ortegón y Pacheco, 2015).

Análisis documental

Estimula el desarrollo del pensamiento y permite analizar textos y documentos desde su estructura, conocimientos, conceptos, información, lo que consiste en describir un documento en sus partes esenciales para su posterior identificación e interpretación (Ortegón y Pacheco, 2015).

Utilizando para el análisis documentos como facturas, kardex, órdenes de compra.

PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Diagnosticar la situación actual de los procedimientos aplicados en la determinación de los costos de ventas de la microempresa Camisetas Cool.
- Elaborar el informe del análisis de los costos de venta de la microempresa Camisetas Cool.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

- Diagnosticar la situación actual de los procedimientos aplicados en la determinación de los costos de ventas de la microempresa Camisetas Cool.

Costos de ventas

Representa el costo de los productos vendidos o el costo de los servicios producidos.

Uno de los informes contables más importantes es el Estado de Resultados, que refleja el resultado económico de la empresa o negocio y sirve de ayuda a los administradores a la toma de decisiones.

Cuatro son las secciones básicas que integran un Estado de Resultados.

- Sección de Ingresos Operativos
- Sección de Costos de Ventas
- Sección de Gastos Operativos
- Sección Otros Ingresos y Gastos

“Lo que le cuesta a la empresa, lo que vende.” Esta frase quiere decir, que todo lo que compra la empresa y está disponible para vender en un periodo determinado, solo lo que se venda constituye el Costo de Ventas.

Los Costos se encuentran materializados en los productos, ya sea en proceso o terminados, y no van al Estado de Resultados los que no han sido vendidos, o consumidos.

Costos de materia prima directa

Los costos tanto unitarios y totales que se utilizan de forma directa en la confección y estampado de las camisetas en la microempresa Camisetas Cool, información entregada por la empresa en base a las compras realizadas por la misma, los materiales que intervienen dentro de las actividades se detallan a continuación:

Tabla 3 Materia prima directa

MATERIAL	2017		2018	
	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
Tela	7.680	Metros	8.640	Metros
Hilo	19.200	Metros	21.600	Metros
Materiales para estampado	3.840	Unidades	4.320	Unidades

Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)

Fuente: Archivo de la institución

Tabla 4 Costo de materia prima directa

PRODUCTO	2017			2018	
	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO POR METRO	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO POR METRO
Tela	Quiana	Metros	5,00	Metros	8,00
Hilo	Hilo Overlock	Metros	2,00	Metros	3,00
Materiales para estampado	Tinta	Unidades	3,00	Unidades	5,00

Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)

Fuente: Archivo de la institución

Tabla 5

Costo de materia prima directa para 3.840 camisetas

DESCRIPCIÓN	2017				2018			
	UNIDAD DE MEDIDA	DE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Tela	Metros		7.680	5,00	38.400,00	8.640,00	8,00	69.120,00
Hilo	Metros		19.200	2,00	38.400,00	21.600,00	3,00	64.800,00
Materiales para estampado	Unidades		3.840	3,00	11.520,00	4.320,00	5,00	21.600,00
TOTAL					88.320,00			155.520,00

Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)

Fuente: Archivo de la institución

Costo de mano de obra directa

La mano de obra directa es todos los costos referentes a los pagos de sueldos a los trabajadores de la microempresa, los cuales desempeñan las siguientes funciones y les corresponde las siguientes cantidades de dinero por concepto de sueldos.

Tabla 6

Costo de mano de obra directa

JORNADA	2017			2018		
	DE	A	HORAS	DE	A	HORAS
Mañana	8:00:00	1:00:00 PM	5	8:00:00	1:00:00 PM	5
Tarde	14:00:00	5:00:00 PM	3	14:00:00	5:00:00 PM	3
TOTAL			8			8

Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)

Fuente: Archivo de la institución

Tabla 7

Costo de mano de obra

DESCRIPCIÓN	2017	2018
	COSTO	COSTO
Sueldo	386	394
Décimo tercer sueldo	30,88	31,52
Décimo cuarto sueldo	30,88	31,52
TOTAL	447,76	457,04

*Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)**Fuente: Archivo de la institución***Tabla 8**

Costo por hora de mano de obra

EMPLEADO	2017			2017		
	COSTO	COSTO DIA	COSTO HORA	COSTO	COSTO DIA	COSTO HORA
Personal de corte de tela	447,76	14,93	1,87	457,04	15,23	1,90
Personal de costura y armado de telas	447,76	14,93	1,87	457,04	15,23	1,90
Personal de terminación y estampado	447,76	14,93	1,87	457,04	15,23	1,90

*Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)**Fuente: Archivo de la institución***Tabla 9**

Tiempo utilizado en la fabricación y estampado de una camiseta

PROCESO	2017	2018
	TIEMPO/MIN	TIEMPO/MIN
Corte de tela	5	5
Costura y armado de tela	15	15
Acabados	8	8
TOTAL	28	28

*Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)**Fuente: Archivo de la institución*

Costos indirectos de fabricación

Los costos indirectos de fabricación que utiliza la microempresa son aquellos que no están directamente relacionados con los procesos de producción o fabricación, siendo estos utilizados agregados para el producto terminado.

Tabla 10 Costos indirectos de fabricación

DETALLE	2017	2018
	COSTO	COSTO
Materiales indirectos de fabricación		
Cartón prensado	6.528,00	8.640,00
Etiquetas satín	7.642,00	7.920,00
Fundas plásticas	4.200,00	4.560,00
Mano de obra indirecta		
Mano de obra directa	9.960,00	10.560,00
Otros CIF		
Luz eléctrica	240,00	300,00
Agua potable	120,00	180,00
Teléfono	240,00	300,00
Transporte	120,00	180,00
Arriendo	2.400,00	2.640,00
TOTAL DE CIF	31.450,00	35.280,00

Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)

Fuente: Archivo de la institución

Tabla 11

Costos fijos y costos variables

Cuentas	2017			2018		
	Costos Fijos	Costos Variable	Costo Total	Costos Fijos	Costos Variable	Costo Total
Costo de Venta						
Materia Prima Directa		88.320,00			155.520,00	
Mano de Obra Directa	1.343,28			1.371,12		
Servicios Básicos	600,00			780,00		
Gastos Administrativos						
Sueldos	9.960,00			10.560,00		
Gastos de Venta						
Cartón prensado		6.528,00			8.640,00	
Etiquetas satín		7.642,00			7.920,00	
Fundas plásticas		4.200,00			4.560,00	
	11.903,28	106.690,00	118.593,28	12.711,12	176.640,00	189.351,12

Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)

Fuente: Archivo de la institución

Tabla 12

Estado de costo de producción y venta

	2017	2018
Materia Prima Directa	88.320,00	155.520,00
Mano de Obra Directa	1.343,28	1.371,12
CIF	31.450,00	35.280,00
COSTO DE PRODUCCIÓN	121.113,28	192.171,12
Inv. Inicial	0,00	0,00
Prendas. Disponibles para la venta	121.113,28	192.171,12
Inv. Final	19.200,00	27.000,00
COSTO DE VENTA	101.913,28	165.171,12

Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)

Fuente: Archivo de la institución

Tabla 13

Estado de situación financiera 2017

Activo		Pasivo			6.650,00
Activo Corriente		32.000,00	Pasivo Corriente		6.150,00
Disponible		16.000,00	Cuentas por Pagar	5.000,00	
Caja		6.000,00	Documentos por Pagar	1.000,00	
Caja general	5.000,00		Servicios básicos	150,00	
Caja Chica	1.000,00				
Bancos		10.000,00			
Ban Ecuador	10.000,00				
Activo Exigible		7.000,00	Otros Pasivos		500,00
Cuentas por Cobrar	4.000,00		Otros Pasivos Corrientes	500,00	
Documentos por Cobrar	2.000,00				
Provisión cuentas y Dtos por cobrar	1.000,00				
Activo Fijo		55.850,00	Patrimonio		88.200,00
Terrenos	8.000,00		Patrimonio	88.200,00	
Edificios	20.000,00		Capital Social	82.073,88	
Dep. acumulada edificios	-2.000,00		Reservas	16.414,78	
Vehículos	10.000,00		Utilidad Presente Año	6.126,12	
Dep. acumulada vehículos	-2.000,00				
Muebles y Enseres	4.000,00				
Dep. acumulada muebles y enseres	-400,00				
Maquinaria y Equipo	20.000,00				
Dep. acumulada maquinaria y equipo	-4.000,00				
Equipo de computo	3.000,00				
Dep. acumulada equipo de computo	-750,00				
Total Activo		94.850,00	Total Pasivo y Patrimonio		94.850,00

Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)

Tabla 14

Estado de situación financiera 2018

Activo			Pasivo			6.080,00
Activo Corriente		49.000,00	Pasivo Corriente		5.680,00	
Disponible		24.500,00	Cuentas por Pagar	4.600,00		
Caja		9.500,00	Documentos por Pagar	890,00		
Caja general	8.000,00		Servicios básicos	190,00		
Caja Chica	1.500,00					
Bancos		15.000,00				
Ban Ecuador	15.000,00					
Activo Exigible		7.300,00	Otros Pasivos		400,00	
Cuentas por Cobrar	4.500,00		Otros Pasivos Corrientes	400,00		
Documentos por Cobrar	2.000,00					
Provisión cuentas y Dtos por cobrar	800,00					
Activo Fijo		55.850,00	Patrimonio			106.070,00
Terrenos	8.000,00		Patrimonio	106.070,00		
Edificios	20.000,00		Capital Social	95.170,28		
Dep. acumulada edificios	-2.000,00		Reservas	19.034,06		
Vehículos	10.000,00		Utilidad Presente Año	10.899,72		
Dep. acumulada vehículos	-2.000,00					
Muebles y Enseres	4.000,00					
Dep. acumulada muebles y enseres	-400,00					
Maquinaria y Equipo	20.000,00					
Dep. acumulada maquinaria y equipo	-4.000,00					
Equipo de computo	3.000,00					
Dep. acumulada equipo de computo	-750,00					
Total Activo		112.150,00	Total Pasivo y Patrimonio			112.150,00

Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)

Tabla 15

Análisis horizontal Estado de Pérdidas y Ganancias

CONCEPTO/ AÑOS	2017	%	2018	%
Ventas/ Ingresos	103.254,18	100,00	171.598,12	100,00
(-) Costos de Venta	84.054,18	81,41	144.598,12	84,27
(=) Utilidad Bruta en Ventas	19.200,00	18,59	27.000,00	15,73
(-) Gastos Administrativos	9.960,00	9,65	10.560,00	6,15
(=) Utilidad antes de Impuestos y Participación Trabajadores	9.240,00	8,95	16.440,00	9,58
(-) Participación (15%) Trabajadores	1.386,00	1,34	2.466,00	1,44
(=) Utilidad antes de Impuesto a la Renta	7.854,00	7,61	13.974,00	8,14
(-) Impuesto a la Renta (22%)	1.727,88	1,67	3.074,28	1,79
Utilidad Neta del Ejercicio	6.126,12	5,93	10.899,72	6,35

Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)

Fuente: Archivo de la institución

Análisis

Con la aplicación del análisis horizontal al estado de pérdidas y ganancias a la microempresa Camisetas Cool, obtenemos la información del grado de impacto y afectación de cada una de las cuentas referentes a una cuenta base, que en este caso es la cuenta de ventas/ingresos, misma que permitirá tomar las acciones decisivas correspondientes por parte de la gerencia.

Indicadores financieros de rentabilidad

Rotación de activo

Índice que expresa los ingresos por las ventas que se generan por la utilización de los activos de la empresa, un mayor índice reflejara que la empresa utiliza eficientemente sus activos para la generación de utilidades a la empresa.

2017

$$\text{Rotación de activo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo fijo}}$$

$$\text{Rotación de activo} = \frac{103.254,18}{55.850,00}$$

$$\text{Rotación de activo} = 1,85$$

2018

$$\text{Rotación de activo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo fijo}}$$

$$\text{Rotación de activo} = \frac{171.598,12}{55.850,00}$$

$$\text{Rotación de activo} = 3,07$$

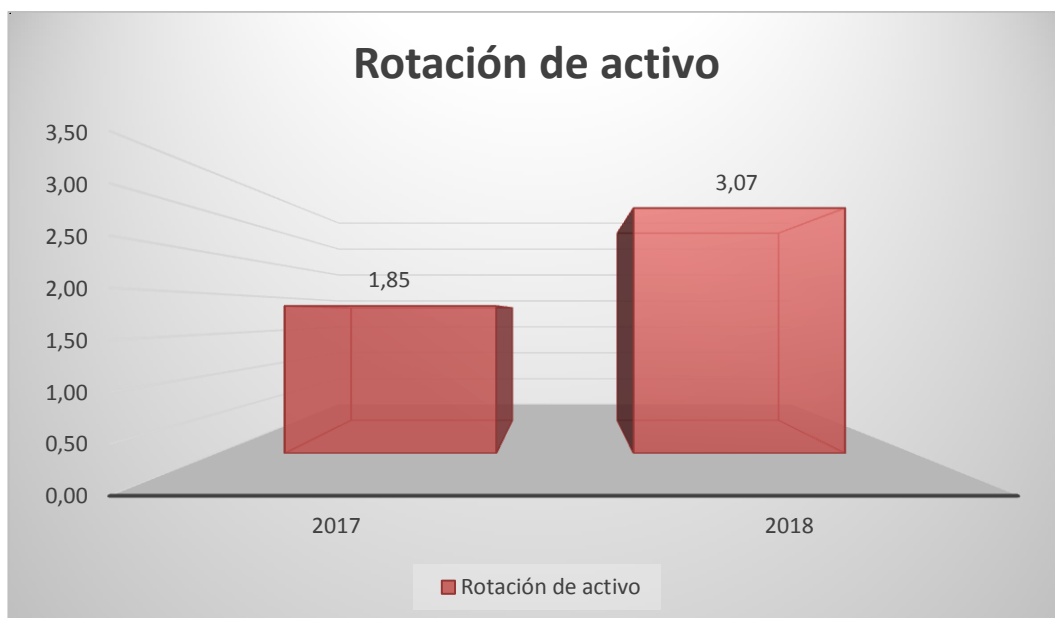


Gráfico 3 Rotación de activo

Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)

Fuente: Archivo de la institución

Dentro de las actividades realizadas por la microempresa Camisetas Cool, comparando el año 2017 con el año 2018, se evidencia un crecimiento en la rotación de sus activos, lo que significa que en la empresa se ha manejado de manera adecuada los activos que posee la misma,

Rentabilidad de las ventas netas

Este indicador muestra la rentabilidad que se genera dentro de la empresa, por concepto de ventas.

2017

$$\text{Rentabilidad de las ventas netas} = \frac{\text{Utilidad del ejercicio}}{\text{Ventas netas}}$$

$$\text{Rentabilidad de las ventas netas} = \frac{6.126,12}{103.254,18}$$

$$\text{Rentabilidad de las ventas netas} = 0,06$$

2018

$$\text{Rentabilidad de las ventas netas} = \frac{\text{Utilidad del ejercicio}}{\text{Ventas netas}}$$

$$\text{Rentabilidad de las ventas netas} = \frac{10.899,72}{171.598,12}$$

$$\text{Rentabilidad de las ventas netas} = 0,06$$



Gráfico 4 Rentabilidad de las ventas

Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)

Fuente: Archivo de la institución

La rentabilidad que obtiene la empresa dentro de los años utilizados, demuestra que sus costos operativos son elevados, lo que ocasiona que la rentabilidad de sus ventas sea baja; obteniendo solo un 6% en los dos años.

Rentabilidad neta de las inversiones

Este indicador determina en qué medida, las inversiones realizadas por la empresa, han generado beneficios económicos para la misma.

2017

$$\text{Rentabilidad de las inversiones} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Rentabilidad de las inversiones} = \frac{6.126,12}{94.850,00}$$

$$\text{Rentabilidad de las inversiones} = 0,06$$

2018

$$\text{Rentabilidad de las inversiones} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Rentabilidad de las inversiones} = \frac{10.899,72}{112.150,00}$$

$$\text{Rentabilidad de las inversiones} = 0,10$$

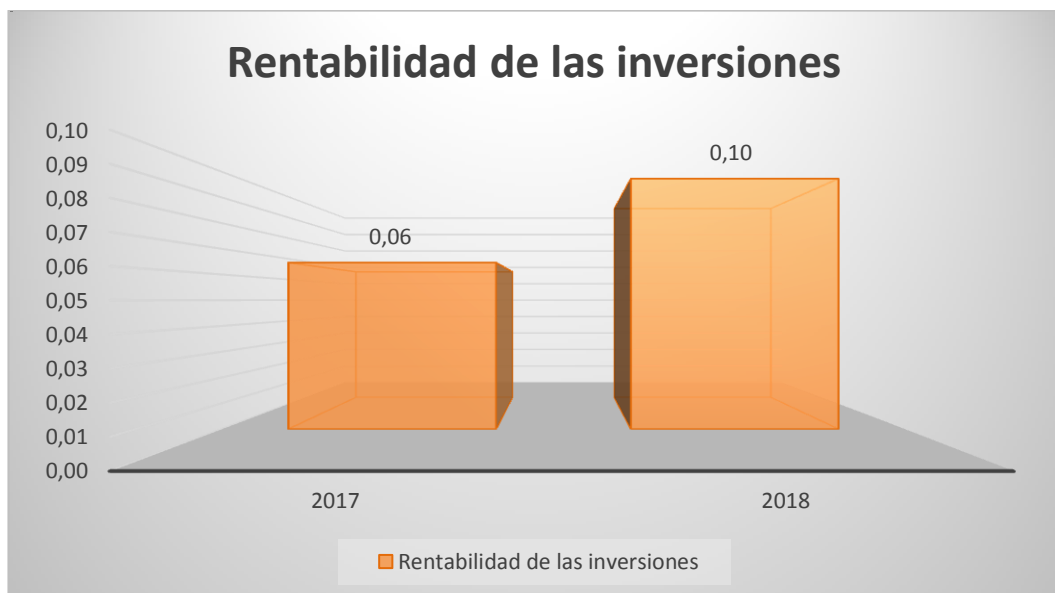


Gráfico 5 Rentabilidad de las inversiones

Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)

Fuente: Archivo de la institución

Las inversiones que la empresa realizó en el año 2017, le generaron una rentabilidad del 6%, mientras que en el año 2018 el beneficio generado fue del 10%, evidenciando un crecimiento aceptable de beneficios por las inversiones realizadas.

Rentabilidad neta del patrimonio

Este ratio mide aproximadamente la rentabilidad que obtuvo la empresa en general por las inversiones realizadas.

2017

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{ROI} = \frac{6.126,12}{88.200,00}$$

$$\text{ROI} = 0,07$$

2018

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{ROI} = \frac{10.899,72}{106070,00}$$

$$\text{ROI} = 0,10$$

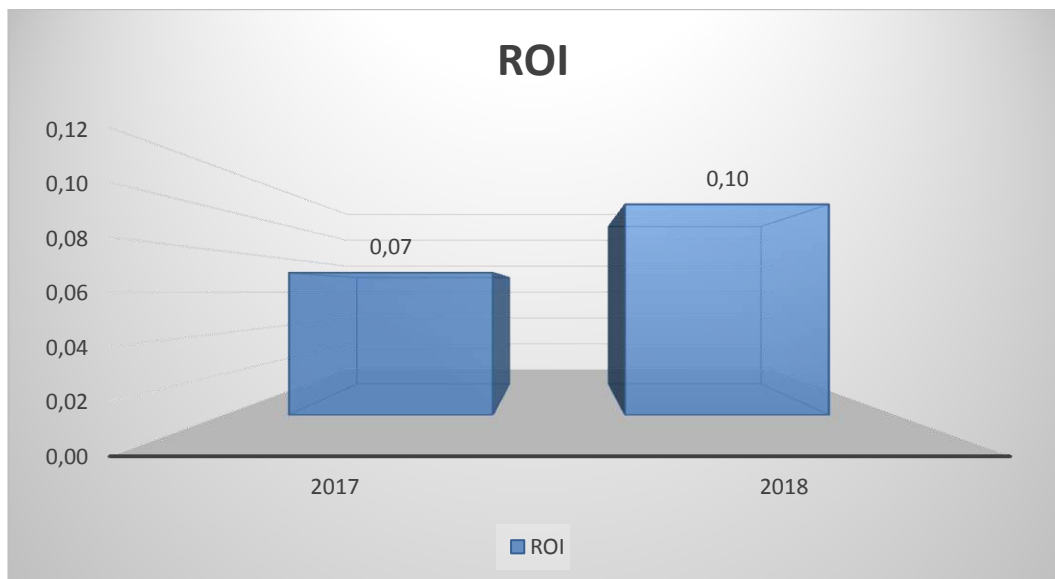


Gráfico 6 ROI

Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)

Fuente: Archivo de la institución

La rentabilidad que obtuvo la empresa por la inversión realizada en el inicio de las operaciones para el año 2017 es del 7%, mientras que para el año 2018 el beneficio se incrementó a un 10%, lo que significa que por cada dólar invertido se obtuvo un beneficio de 10 centavos.

Rentabilidad neta del capital

Este indicador define qué porcentaje de beneficio obtienen los socios, por la inversión que realizaron para el funcionamiento de la empresa.

2017

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital social}}$$

$$\text{ROE} = \frac{6.126,12}{82.073,88}$$

$$\text{ROE} = 0,07$$

2018

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital social}}$$

$$\text{ROE} = \frac{10.899,72}{95.170,28}$$

$$\text{ROE} = 0,11$$

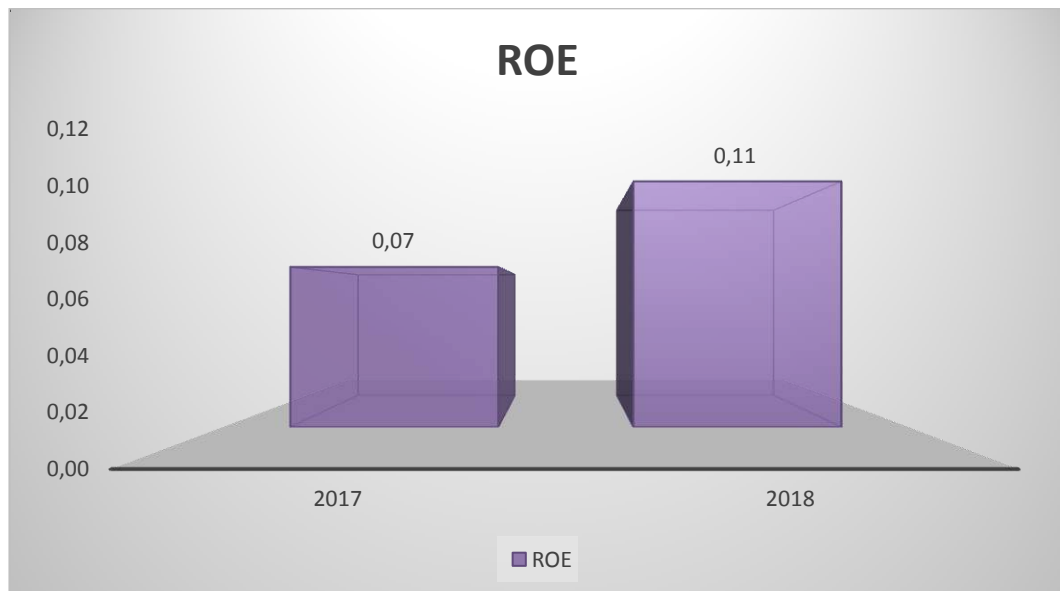


Gráfico 7 ROE

Elaborado por: Peña Veloz Ruth Francisca (2018)

Fuente: Archivo de la institución

El beneficio que los socios obtuvieron en el año 2017 es del 7%, y para el año 2018 su beneficio se incremento al 11%, significando que por cada unidad monetaria invertida, el beneficio obtenido fue de 11 centavos.

INFORME DEL ANÁLISIS DE LOS COSTOS DE VENTAS DE LA MICROEMPRESA “CAMISETAS COOL” AÑOS 2017-2018.

Con la terminación del análisis de los costos de ventas de la Microempresa Camisetas Cool, correspondiente a los periodos 2017-2018, en los cuales se utilizó procedimientos de estudio numéricos que permitan tener una comprensión más clara y sencilla de la situación actual referente a los costos de ventas de la institución, se procede a la redacción del presente informe.

La Microempresa Camisetas Cool, al ser una institución productora y comercializadora de productos, depende en gran medida del establecimiento y utilización adecuados de costos de ventas, con la finalidad de obtener mejores réditos económicos al momento de realizar la venta de sus productos.

La información presentada por la institución para el análisis, fue de carácter oportuno y veraz, permitiendo la obtención de resultados fehacientes y eficaces.

Obteniéndose luego del estudio a través de la aplicación de análisis vertical y los indicadores financieros relacionados, que servirán para determinar el estado económico de la organización.

Resultados que al ser resultado del análisis se presentan de la siguiente manera:

En el año 2017 el costo de ventas representa un 81,41% del total de los ingresos obtenidos por la venta de los productos ofertados por la empresa. Mientras que para el año 2018 el rubro de esta cuenta tiene un incremento al 84,27% en comparación con las ventas realizadas en este periodo.

Cantidades que generan que la empresa obtenga una utilidad de \$6126,12 correspondiente al año 2017, lo que es igual al 5,93% si

comparamos con la totalidad de las ventas realizadas, y en el año 2018 la utilidad es de \$10889,72, equivalente al 6,35% de las ventas totales.

Con la información recabada del análisis se determina que los costos de ventas que utiliza la Microempresa Camisetas Cool, son demasiado altas, en comparación con las cantidades que se obtiene por concepto de ventas, lo que influye de manera relevante en la obtención de menores índices de utilidad para la institución.

Quedando como sugerencias a considerar para el mejoramiento de la rentabilidad de la institución, los siguientes aspectos:

1. Determinar costos de ventas de manera precisa, minimizando el impacto que tiene en la obtención de utilidades.
2. En la compra de la materia prima para la producción a realizarse, estimar los precios más accesibles de dichas materias, al mismo tiempo que sean de calidad.
3. Los gastos que realiza la empresa, deben ajustarse según el volumen de producción que se maneja en el periodo.

CONCLUSIONES

- Se debe tener conocimientos teóricos sobre los costos de ventas, con la finalidad de aplicarlos de manera adecuado, evitando las falencias que la aplicación de manera empírica de estos puede generar, conocimientos teóricos que deben ser aplicados desde la gerencia hasta los trabajadores de la institución, obteniendo mejores resultados.
- Los costos de ventas que utiliza la empresa para el desempeño de sus funciones en la producción y ventas de los productos que oferta, son demasiado altos si se compara con la cantidad de dinero que se obtiene por la venta de dichos productos.
- La empresa no cuenta con un análisis referente a la aplicación y utilización adecuada de costos de ventas, siendo aplicados de manera empírica, conocimientos que son adquiridos por la experiencia de sus integrantes.
- La rentabilidad de la Microempresa Camisetas Cool, tiene una considerable afectación con el establecimiento inadecuado de los costos de ventas que se utilizan en sus actividades, mermando los ingresos económicos o utilidades que se obtiene al término del periodo.
- Para que la institución mejore sus índices de rentabilidad, se hace indispensable la correcta aplicación de costos de ventas, permitiendo tener como resultado mejores ingresos económicos, representado como utilidad, acción que mejorará la situación de la microempresa para un crecimiento institucional a futuro.

RECOMENDACIONES.

- Minimizar los costos de ventas que se utilizan para la producción y comercialización de los productos ofertados por la microempresa Camisetas Cool, a fin de que en la comparación con las cantidades vendidas el porcentaje sea al obtenido en los años en los que se realizó el análisis.
- Realizar análisis de manera periódica del costo de venta utilizado para determinar si su aplicación es la adecuada, o necesita ser cambiada a fin de que su afectación sea de manera positiva a la empresa, originando mejores ingresos económicos.

BIBLIOGRAFÍA

- Arredondo González, M. M. (2015). Contabilidad y Análisis de Costos. México: Grupo Editorial Patria S. A.
- Briseño Ramírez, H. (2016). Indicadores Financieros. México: Editorial Umbral.
- Cárdenas Nápoles, R. A. (2016). Costos 1. México: Pearson Educación.
- Corona Romero, E., Bejarano Vázquez, V., & González García, J. R. (2015). Análisis de estados financieros individuales y consolidados. Madrid: Editorial UNED.
- Cuevas Francisco, J. (2014). Gestipon de costos y precios. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- de Jaime Eslava, J. (2013). Análisis económico-financiero de las decisiones de gestión empresarial. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- de Jaime Eslava, J. (2016). La Rentabilidad. México: Pearson Educación.
- Horngren, C., Foster, G., & Datar, S. (2017). Contabilidad de costos. México: Pearson Educación.
- Horngren, C., Sundem, G., & Elliot, J. (2010). Introducción a la contabilidad financiera. México: Pearson Educación.
- Keat, P., & Young, P. (2014). Economía de Empresa. México: Pearson Educación.
- Krugman, P., & Wells, R. (2016). Introducción a la economía. México: Pearson Educación.
- Marcial Córdoba, P. (2016). Análisis financiero. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Naghi, M. (2015). Metodología de la Investigación. México: Limusa.

- Ortegón, E., & Pacheco, J. (2015). Metodología General de Identificación, Preparación y Evaluación de Proyectos. Santiago de Chile: ECOE.
- Pérez Agorreta, M. J. (2013). Métodos y Técnicas de Investigación . Madrid: Editorial UNED.
- Pérez Chávez, J. (2015). Inventarios y costo de ventas. México: Pearson Educación.
- Reyes, E. (2015). Contabilidad de costos. México: Pearson Educaión.
- Rivero Zanatta, J. P. (2017). Costos y presupuestos: Reto de todos los días. Lima: YoPublico S. A.
- Rocafort Nicolau, A., & Ferrer Grau, V. (2010). Contabilidad de costes: Fundamentos y ejercicios resueltos. Barcelona: Profit Editorial.
- Serés, F. (2010). Materia prima. Bogotá: Ecoe Editorial.
- Sinisterra Valencia, G., & Rincón Soto, C. A. (2018). Contabilidad de costos. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Vite Rangel, V. T. (2016). Contabilidad General. Bogotá: Editorial UNID.

Anexos

Anexos1



CARTA DE ACEPTACION EMPRESARIAL

Dr. Illescas Simón Alberto

Tutor

Instituto Tecnológico Bolivariano

Presente.-

Es agradable dirigimos a Ud. en la oportunidad de comunicarles que la estudiante RUTH FRANCISCA PEÑA VELOZ de la Especialidad: **CONTABILIDAD Y AUDITORIA**, ha sido aceptada en nuestra Microempresa para que elabore el proyecto con el Tema: **ANÁLISIS DE LOS COSTOS DE VENTAS**, el mismo que nos servirá de mucha ayuda para así no tener las falencias que hasta la actualidad se nos han presentado.

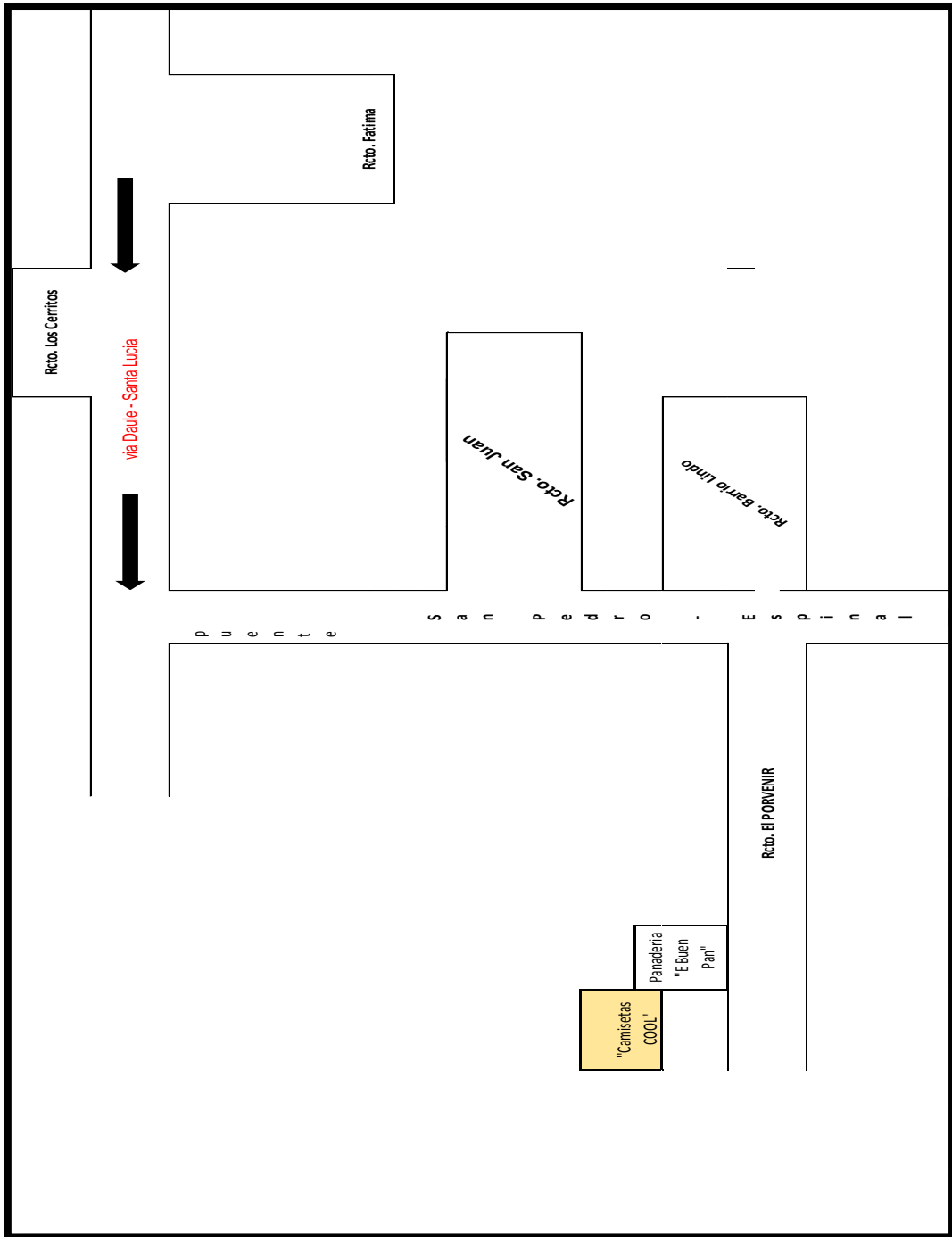
Esperando que nuestro aporte en la formación del área contable sea de gran utilidad para su Institución y para nuestra compañía, me suscribo de Uds.

Atentamente,

Cruz María Peña Veloz

Gerente – Accionista

Anexo 2 Croquis



Croquis de la microempresa Camisetas "COOL"

Anexos 3

Fotos



Camisetas Estampadas



Maquinaria de estampado



Proceso de estampado





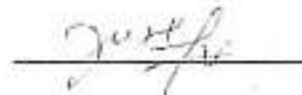
Publicidad de la Microempresa Camisetas COOL

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Ruth Francisca Peña veloz en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Análisis de los costos de ventas de la microempresa "Camisetas Cool"**, de la modalidad de **semipresencial** realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Contabilidad y Auditoría**, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Ruth Francisca Peña Veloz
Nombre y Apellido de la Autora



Firma

No. de cedula: **0921371068**





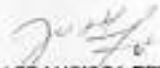
Factura: 001-003-000108360




20190901016D04820

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901016D04820

Yo, el/la NOTARIO(A) CECILIA PAULINA CALDERON JACOME de la NOTARÍA DÉCIMA SEXTA, comparece(n) RUTH FRANCISCA PEÑA VELOZ portador(a) de CÉDULA 0921371068 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil CASADO(A), domiciliado(a) en SANTA LUCÍA, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de fe, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial. - El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaría, no asume responsabilidad alguna. - Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 17 DE JUNIO DEL 2019. (15:57).


RUTH FRANCISCA PEÑA VELOZ
CÉDULA: 0921371068


NOTARIO(A) CECILIA PAULINA CALDERON JACOME
NOTARÍA DÉCIMA SEXTA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTI PLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**

Mrs. Alberto Abader  Mrs. Alberto Abader.

Nombre y Apellidos del Colaborador CEGESCYT Firma



Instituto Superior
**Tecnológico
Bolivariano**
de Tecnología

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: Análisis de los costos de ventas de la microempresa "Camisetas COOL" y problema de investigación: ¿Cómo Contribuir al análisis de los costos de ventas para generar una mayor rentabilidad económica en la microempresa Camisetas Cool ubicada en el Recinto El Porvenir del Cantón Santa Lucía, provincia del Guayas, en el año 2018?, presentado por Peña Veloz Ruth como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.



Egresada:

Peña Veloz Ruth Francisca



Tutora:

PhD. Elena Tolozano Benites