

**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y  
FINANCIERAS**



---

**LA CONTABILIDAD DE COSTOS Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA  
TOMA DE DECISIONES DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE  
LÁCTEOS EN LA REGIÓN HUÁNUCO – PERIODO 2018**

---

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
CONTADOR PÚBLICO**

**TESISTAS**            **Beatriz Veronica, PARIAPAZA RODRIGUEZ**  
**Luceli Joanna, CONTRERAS CAMPOS**  
**Mariana Luzmila, GALLARDO GODOY**

**ASESOR**            **Mg. Josué CANCHARI DE LA CRUZ**

**HUÁNUCO – PERU**

**2019**

## **DEDICATORIA**

### **A Dios:**

**A nuestros padres** Olinda Campos Castro y Eusebio Contreras Matos; Judith Godoy Galeano y Jaime Gallardo Ruiz; Virginia Rodriguez Malpica y Nestor David Pariapaza Supo ;ya quienes nos dieron vida, educación, apoyo y consejos. A nuestros compañeros de estudio, a mis maestros y amigos, quienes sin su ayuda nunca habiéramos podido desarrollar esta tesis. A todos ellos les agradecemos desde el fondo de nuestra alma. Para todos ellos hacemos esta dedicatoria.

Dedicamos también esta tesis a todos aquellos que no creyeron en nosotros, a aquellos que esperaban nuestro fracaso en cada paso que dábamos hacia la culminación de nuestros estudios, a aquellos que nunca esperaban que lograríamos terminar la carrera, a todos aquellos que apostaban a que nos rendíamos medio camino, a todos los que supusieron que no lo lograríamos, a todos ellos les dedicamos esta tesis.

**Los autores**

## **AGRADECIMIENTO**

A la Facultad de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, por constituirse en una gran oportunidad de superación y en el logro de nuestra profesionalización.

A los docentes de la Facultad, que nos brindaron sus conocimientos y experiencias durante el desarrollo de la Tesis, de manera especial al **Mg. Josué Canchari de la Cruz**; por brindarnos su asesoramiento en el campo de la investigación, por sus críticas y orientación en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

A los propietarios de las empresas productoras de Lácteos en la región Huánuco por brindarnos las facilidades e informaciones necesarias para ser plasmadas en el presente trabajo de investigación.

**Los Autores.**

## RESUMEN

Varias empresas dedicadas a la producción de lácteos están tratando de contrarrestar los efectos de llevar contabilidad de costos. Para tomar decisiones necesitan saber los costos de producción. Sin embargo, en la actualidad vienen trabajando precariamente sin tener en cuenta los reportes de producción creando una brecha de recorte de utilidades y ser menos competitivos en el mercado. Para que las organizaciones puedan crecer económicamente deben saber de sus costos de producción y por ello planteamos el siguiente objetivo: Determinar la manera como la contabilidad de costos a través de su sistema de información contribuye a la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018. Con este fin, la pregunta de investigación es la siguiente: ¿De qué manera la contabilidad de costos a través de su sistema de información contribuye a la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018? En este contexto, el sistema de costos es la medida en que las empresas deben desarrollarse en lo interno y en lo externo.

La pregunta de investigación se responde a través de un cuestionario a los encuestados. Las respuestas recibidas muestran que la contabilidad de costos a través de su sistema de información contribuye a la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.

## **SUMMARY**

Several companies engaged in dairy production are trying to counteract the effects of carrying cost accounting. To make decisions they need to know the production costs. However, they are currently working precariously without taking into account production reports, creating a profit-cutting gap and being less competitive in the market. In order for organizations to grow economically they must know about their production costs and therefore we set the following objective: Determine the way in which cost accounting through their information system contributes to decision-making in dairy producing companies. the Huánuco region - Year 2018. To this end, the research question is as follows: How does cost accounting through its information system contribute to decision-making in dairy producing companies in the Huánuco region - Year 2018? In this context, the cost system is the extent to which companies must develop internally and externally.

The research question is answered through a questionnaire to the respondents. The responses received show that cost accounting through its information system contributes to the decision making in the dairy producing companies in the Huánuco region - Year 2018.

## INTRODUCCIÓN

La investigación titulada: La contabilidad de costos y su contribución en la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco permitió determinar la manera como la contabilidad de costos a través de su sistema de información contribuye a la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.

Es por ello la inquietud de plantearnos la presente investigación.

**El Capítulo I:** Contiene EL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, se presenta el planteamiento del problema el mismo que constituye la base del trabajo de investigación, objetivos, justificación e importancia, delimitaciones, hipótesis y variables de la investigación.

**El Capítulo II:** contiene EL MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN: Antecedentes relacionados con la investigación las bases teóricas y la definición de términos básicos.

**El capítulo III:** Contiene EL MARCO METODOLÓGICO: El tipo de investigación, el método, diseño y esquema de la investigación, la población y muestra, las técnicas de recolección y tratamiento de datos, los instrumentos de recolección de datos, fuentes y el procesamiento y presentación de datos.

**El Capítulo IV:** Contiene LOS RESULTADOS: Presenta los resultados del trabajo de campo con aplicación estadística, cuadros, gráficos, e interpretación.

**El Capítulo V:** Contiene LA DISCUSIÓN DE RESULTADOS: Se presenta la contrastación de los resultados de trabajo de campo con los referentes bibliográficos, la prueba de hipótesis general y las pruebas de hipótesis específicas.

Finalmente se presenta las conclusiones, recomendaciones y como colofón de la tesis la bibliografía, el cuestionario de preguntas de las encuestas aplicadas y la matriz de consistencia.

## INDICE

	Pag.
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
SUMMARY	v
INTRODUCCIÓN	vi
ÍNDICE	viii

### CAPITULO I

#### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1	Descripción del problema	10
1.2	Formulación del problema	11
	1.2.1 Problema General	11
	1.2.2 Problemas específicos	12
1.3	Objetivos	12
	1.3.1 Objetivo general	12
	1.3.2 Objetivos específicos	12
1.4	Justificación e importancia	13
	1.4.1 Justificación	13
	1.4.2 Importancia	14
1.5	Delimitaciones	15
1.6	Hipótesis	15
1.7	Variables	16

### CAPITULO II

#### MARCO TEÓRICO

2.1	Antecedentes de estudios realizados	18
2.2	Bases Teóricas	23
2.3	Definición de términos básicos	59

### CAPITULO III

#### MARCO METODOLÓGICO

3.1	Tipo de investigación	64
3.2	Métodos	64

3.3	Diseño y esquema de investigación	65
3.4	Universo / población	66
3.5	Muestra	67
3.6	Técnicas de recolección y tratamiento de datos	67
3.6.1	Técnicas	67
3.6.2	Tratamiento de datos	68
3.7	Instrumentos de recolección de datos, fuentes	68
3.7.1	Instrumentos	68
3.8	Procesamiento y presentación de datos	69
3.8.1	Procesamiento de datos	69
3.8.2	Presentación de datos	70

#### **CAPÍTULO IV**

#### **RESULTADOS**

4.1	Resultados del trabajo de campo	71
-----	---------------------------------	----

#### **CAPITULO V**

#### **DISCUSION DE RESULTADOS**

5.1	Contrastación con los referentes bibliográficos	88
5.2	Prueba de hipótesis general	90
5.3	Prueba de hipótesis específicas	92

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA DE INVESTIGACION**

### **1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA:**

En toda organización, sea de cualquier sector y de cualquier tamaño se toman constantemente decisiones de todo tipo para el desarrollo de las diferentes actividades empresariales y comerciales. Es allí cuando se hace necesario e importante la contabilidad de costos la cual facilita información necesaria y oportuna para la toma de decisiones, ya que nos proporciona un buen sistema de información.

En esta oportunidad lo que se busca es determinar de qué manera la contabilidad de costos a través de su sistema de información contribuye a la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.

Hay muchas formas distintas de orientar los pasos a seguir cuando uno quiere tomar decisiones.

La contabilidad de costes, también llamada contabilidad administrativa, se trasluce a través del método científico, con los siguientes pasos: Análisis, Decisión y Puesta en práctica.

La contabilidad de costos es una importantísima fuente de información dentro de las grandes, medianas y pequeñas empresas, por lo tanto, su participación es determinante en la toma de decisiones y que requieran de un alto nivel de responsabilidad. Generalmente los usuarios que se benefician de la información

suministrada por la contabilidad de costos son los directores o gerentes de una empresa, y ellos buscan reconocer los costos para alcanzar la eficiencia en la producción.

La contabilidad de costos permite a los gerentes medir los costos de producción, costos fijos y variables, determinar los precios de sus productos, conocer que productos generan mejores ganancias y cuales generan pérdidas a la empresa, pueden calcular cuánto le cuesta a la organización fabricar o almacenar determinados productos, rotación de inventarios, control de inventarios, etc.

Para concluir podemos decir que es de vital importancia para toda empresa conocer y analizar los costos de un producto o servicio, ya que suministra la información necesaria para un buen planeamiento organizacional, estudio de alternativas a ejecutar, toma de decisiones o medidas que eviten consecuencias negativas en la empresa.

Frente a ello nos planteamos los siguientes problemas:

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1 Problema general:**

¿De qué manera la contabilidad de costos a través de su sistema de información contribuye a la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018?

### **1.2.2 Problemas específicos:**

- a. ¿Qué efecto tiene el reconocimiento de los costos para alcanzar la eficiencia en la producción y tomar decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018?
- b. ¿De qué manera la medición de los costos permite alcanzar la efectividad en la producción y tomar decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018?
- c. ¿Cómo es que el registro contable de los costos de producción logra la satisfacción de los usuarios para tomar decisiones acertadas en la región Huánuco - Año 2018?

### **1.3. OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

#### **1.3.1 Objetivo general:**

Determinar la manera como la contabilidad de costos a través de su sistema de información contribuye a la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- a. Determinar el efecto que tiene el reconocimiento de los costos para alcanzar la eficiencia en la producción y tomar decisiones acertadas en las

empresas productoras de lácteos en la en la región Huánuco - Año 2018.

- b. Determinar de qué manera la medición de los costos permite alcanzar la efectividad en la producción y tomar decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.
- c. Analizar cómo es que los registros contables de los costos de producción logran la satisfacción de los usuarios para tomar decisiones acertadas en la región Huánuco - Año 2018.

## 1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

### 1.4.1 Justificación

**Justificación teórica** En la presente investigación, se recopiló información relacionada con los costos de producción, algunos conceptos básicos y los diferentes tipos de sistemas de costeo que existen en las empresas actuales, enfocándonos en analizar la situación real de la empresas productoras de lácteos en la región de Huánuco, teniendo como base que los costos de producción son decisivos para resolver el problema que se le presenta a la mayoría de las empresas, al determinar sus costos y precios.

**Justificación práctica** El desarrollo de la presente tesis pretende demostrar la influencia que tiene aplicar un sistema de costos de producción en las empresas productoras de lácteos en la región de Huánuco, dando prioridad a la correcta asignación de los costos (materia prima, mano de obra y gastos indirectos de fabricación), al momento que se determina el valor de venta del producto terminado, lo que va a permitir una mejora en la gestión de costos para la adecuada toma de decisiones.

**Justificación metodológica** En el presente trabajo, se empleó la técnica de la encuesta, que sirvió para recaudar datos por medio de una guía de entrevista, para conocer el manejo actual de la gestión de costos en el área de producción. Asimismo, permitió a través de una guía de observación obtener información de lo que ocurre en el mundo real. Y por último se utilizó la investigación y análisis documental de los costos, a través de las fichas textuales, resumen y de comentarios. Estas técnicas nos permitieron aportar instrumentos para la recolección de datos, para lograr los propósitos de la investigación.

#### **1.4.2 Importancia**

El presente trabajo de investigación tiene por finalidad el de constituir un aporte importante en las empresas que

producen lácteos buscando con ello alcanzar altos grados de eficiencia, eficacia y transparencia en la gestión.

## **1.5 DELIMITACIONES**

**1.5.1 Delimitación geográfica.** - El estudio de la investigación se realizó en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco, y como unidades de análisis estuvo representados por las empresas productoras del distrito de Baños de 125 productores que tienen que ver con el tema de investigación.

**1.5.2 Delimitación temporal.** - El estudio se refiere al periodo de 2018, el mismo que servirá para comparar con datos recientes de productores según la región Huánuco.

## **1.6 HIPÓTESIS**

### **1.6.1 Hipótesis general**

La contabilidad de costos a través de su sistema de información contribuye a la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.

### **1.6.2 Hipótesis específicas**

- a. El reconocimiento de los costos alcanza la eficiencia en la producción y toma decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.

- b. La medición de los costos permite alcanzar la efectividad en la producción y tomar decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.
- c. El registro contable de los costos de producción logra la satisfacción de los usuarios para tomar decisiones acertadas en la región Huánuco - Año 2018.

## **1.7 VARIABLES DIMENSIONES E INDICADORES**

### **1.7.1 Identificación de las variables**

#### **Variable independiente (VI)**

#### **CONTABILIDAD DE COSTOS**

#### **Dimensiones**

- Reconocimiento de los costos
- Medición de los costos
- Registro contable de los costos

#### **Indicadores:**

- Costo total de calidad
- Costo de evaluación
- Costo de conformidad
- Materia prima
- Mano de obra
- Gastos indirectos
- Elementos del costo mensual

- Estado de costo de ventas mensual
- Estado de costo de producción mensual

### **Variable Dependiente (VD)**

## **TOMA DE DECISIONES**

### **Dimensiones**

- Eficiencia
- Efectividad
- Satisfacción

### **Indicadores:**

- Cumplimiento de objetivos
- Cumplimiento de metas
- Resultados
- Atención a clientes
- Stock asegurada
- Nuevas inversiones
- Satisfacción de clientes
- Satisfacción de empresarios
- Satisfacción de proveedores

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 ANTECEDENTES

##### **Antecedentes nacionales**

**Toribio, J. (2013).** Importancia del diseño de la estructura de costos para restaurantes de comida criolla, Trujillo 2013 - Caso Restaurant Negocios Gastronómicos J.P.S. S.A.C. Tesis para obtener el grado de contador público. Trujillo, Perú: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Escuela de Contabilidad. Algunas conclusiones de su investigación fueron:

- Se concluye que el sistema de costos de servicios diseñado influye positivamente en la rentabilidad real del Restaurant, como se puede observar en la hoja de costos de un plato específico.
- Se ha podido concretar que la utilidad bruta es alrededor de un 22.18% del total de las ventas del año 2012, lo cual anteriormente no se podía cuantificar.
- El sistema de costos diseñado ha mejorado el proceso de elaboración de potajes, disminuyendo el tiempo y la pérdida de insumos durante el proceso.

**Aguirre, A. (2015).** Incidencia del sistema de Presupuesto en la gestión económica y financiera en el sector de Restaurantes, de la provincia de Piura. Tesis para obtener el grado de contador público.

Trujillo, Perú. Universidad Nacional de Trujillo, Escuela de Contabilidad.

Una vez concluido con el trabajo investigativo se llega a las siguientes conclusiones:

- El sistema de presupuestos sí incide de manera favorable en la gestión económica y financiera de las empresas del sector restaurantes porque facilita la toma de decisiones, siendo una herramienta muy importante para poder encaminar a la empresa a un crecimiento o sostenimiento en el tiempo a un paso firme, de esta manera los sistemas de presupuestos ayudan a determinar cuáles son los puntos fuertes y débiles de la empresa.
- El planeamiento económico y financiero sí contribuye con la rentabilidad del negocio porque facilita la obtención de información económica y financiera por medio de los presupuestos, porque dicha herramienta de gestión ayuda a fortalecer la capacidad de la empresa en mejorar su posición evaluando y midiendo constantemente los costos y gastos que constituye un instrumento básico para realizar análisis interno en la empresa y toma de decisiones acertadas que generen ventajas competitivas sobre su entorno para mantener una estabilidad económica, financiera y operacional; mejorando el control de los recursos financieros

y permitiendo a si definir parámetros para la toma de decisiones por parte del personal directivo.

**Meléndez, J. & Oribe, K. (2014).** Calidad de servicio al cliente y su incidencia en la rentabilidad de las empresas del rubro restaurantes – pollerías del distrito de Tarapoto. Año 2014. Para obtener el Grado de Contador Público. Tarapoto, Perú: Universidad Nacional de San Martín, Escuela de Contabilidad. Algunas conclusiones de su investigación fueron:

- Se concluye que existe una relación directa entre la calidad de servicio al cliente y la rentabilidad de las empresas del rubro restaurantes – pollerías del distrito de Tarapoto, tal como lo muestra la prueba de chi – cuadrado realizado que muestra que existe una relación significativa (P entre la Calidad de Servicio y la Rentabilidad.
- Las cinco dimensiones incluidas en la calidad de servicio al cliente: Elementos Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía, tienen en promedio una percepción del cliente de 35,0% en la categoría deficiente, 47,92% en la de regular y 17,08% en la categoría de eficiente, constituyendo un gran desafío para las empresas del Rubro Restaurantes – Pollerías del distrito de Tarapoto, de encarar profesionalmente esta característica.

**García, J. (2007).** Análisis del mercado de la carne de cuy y estrategias para promover su mayor consumo – caso consumo en los restaurantes de la campiña de Huacho. Para obtener el Grado de Maestro en Marketing Agroalimentario. Huacho, Perú: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Escuela de Postgrado. Algunas conclusiones de su investigación fueron:

- La cantidad de cuyes consumidos en los restaurantes campestres de Huacho representa un 41,8% del mercado local, lo que significa que, si alguna modificación se logra en los clientes de dichos restaurantes, esto tendrá un efecto también en otros segmentos o zonas de consumo como en los hogares y centros de abastos.
- Después de la aplicación del programa de comunicación de marketing, el consumo promedio por persona subió de 0,3 Kg. A 0,5 kg. En el lapso de un año, debido a una mejora en la situación “favorable o de aceptación”.
- Asimismo, respecto a la dimensión “nivel de conocimientos sobre el atributo nutritivo” del cuy, arrojó una situación “favorable o de aceptación” en el 35.5% de la gente y “neutral o de indiferencia” en el 64,5% restante.

### **Antecedentes internacionales**

**Becerra, L. (2011).** Diseño e implantación de un sistema de contabilidad de costos para una franquicia de los cebiches de la

Rumiñahui ubicado en el sector de Carapungo de la ciudad de Quito. Informe final de trabajo de grado, previo a la obtención del título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA. Ibarra, Ecuador: Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Una vez concluido con el trabajo investigativo se llega a las siguientes conclusiones:

- El personal que trabaja en el local de Los Cebiches de la Rumiñahui de Carapungo en la parte operativa es polifuncional, esto quiere decir que, todos hacen todo de acuerdo al puesto asignado previamente.
- La Materia Prima utilizada en la elaboración de los menús son de excelente calidad, dichos insumos son despachados directamente por el dueño de la cadena.
- Los costos indirectos de fabricación incurridos en el funcionamiento de la cebichería no son tomados en cuenta para establecer los costos de producción.

**Mera, J. (2013).** Los costos y su influencia en la fijación de precios de las comidas y bebidas del Restaurante de la hostería Bascún en el año 2011. Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica Ambato, Facultad de Contabilidad y Economía. Algunas conclusiones de su investigación fueron:

- No posee un sistema de costos específico para el área de restaurante, lo cual dificulta una fijación de precios acorde a los costos incurridos y a la utilidad deseada por sus administradores, tanto en las comidas como en las bebidas ofrecidas en su menú.
- Utiliza como técnica para fijar precios de las comidas y bebidas de su restaurante, el basarse en el mercado; cerca del 80% de hoteles que poseen restaurantes en la ciudad de Baños de Agua Santa no tiene un sistema de costos como base para un precio, además un 43,85% concuerda exactamente en estos precios; razón por la cual se han manejado concepciones erróneas y sin base para una adecuada toma de decisiones.

## **2.2 BASES TEÓRICAS**

Para comenzar el presente trabajo de investigación, es preciso señalar algunos conceptos relacionados con el tema y que ayudarán a ubicarnos desde la perspectiva de la teoría de los costos, abarcando desde un plano general hasta profundizar de manera específica cada punto que sea necesario, para la correcta determinación del costo y precio de los productos en una empresa.

## **SISTEMA DE COSTOS**

### **Concepto de Costos**

**Polineni, Favozzi y Adelberg (1995)**, expresan que: "es el valor sacrificado para adquirir bienes o servicios, que se miden en dinero mediante la reducción de activos o al incurrir en pasivos en el momento que se obtiene el beneficio".

Por su parte, **Warren, C., Reeve, J. y Fess, P. (2000)**, comentan lo siguiente con relación al concepto de costo; es un pago en efectivo o su equivalente, o el compromiso de pagar en efectivo en el futuro, con objeto de generar ingresos. Un costo representa ya sea un beneficio que se utiliza de inmediato, o bien, se difiere a un periodo futuro. Si el beneficio se utiliza de inmediato, entonces el costo es un activo, por ejemplo, un equipo. A medida que se utiliza un activo, se reconoce un gasto, tal como un gasto por concepto de depreciación.

Del mismo modo, **Zapata (2007)**, indica que, "costo se entenderá como el valor monetario que se invierte en elementos materiales, fuerza laboral necesaria y demás insumos requeridos para fabricar bienes, generar servicios o productos intangibles, cuya presencia beneficiosa es incuestionable". En mi opinión, se puede concluir que el costo es el valor de adquisición de un bien o servicio, para emplearlo en la elaboración de un producto, el cual generará una renta futura.

**ELEMENTOS DEL COSTO** Los elementos del costo de un producto o servicios son los materiales directos, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación. Esta clasificación suministra a la gerencia la información necesaria para la medición del ingreso y la fijación del precio del producto.

Así mismo, **Gómez (2010)**, expresa que los elementos del costo de producción se dividen en:

- a. **Materiales:** Son los principales recursos que se usan en la producción; estos se transforman en bienes terminados con la ayuda de la mano de obra y los costos indirectos de fabricación.
  - Directos: Son todos aquellos que pueden identificarse en la fabricación de un producto terminado, fácilmente se asocian con éste y representan el principal costo de materiales en la elaboración de un producto.
  - Indirectos: Son los que están involucrados en la elaboración de un producto, pero tienen una relevancia relativa frente a los directos.
- b. **Mano de Obra:** Es el esfuerzo físico o mental empleados para la elaboración de un producto.
  - Directa: Es aquella directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado que puede asociarse con este con facilidad y que tiene gran costo en la elaboración.

- Indirecta: Es aquella que no tiene un costo significativo en el momento de la producción del producto.
- c. Costos Indirectos de Fabricación:** Son aquellos costos acumulados de los materiales y mano de obra indirectos más todos los incurridos en la producción, que al momento de obtener el costo del producto terminado no son fácilmente identificables de forma directa con el mismo. A mi parecer, se puede decir que conforme avanza el proceso productivo, lo que fue materia prima pasará a convertirse en un producto en proceso o terminado, pero en este proceso interactúan los tres elementos del costo, generando unos costos de producción que deben acumularse, para así, determinar su costo y precio de venta.

### **Clasificación de los Costos**

Los costos pueden ser clasificados de acuerdo con varios enfoques, los cuales expondremos a continuación.

De un lado, **Chiliquina, M. (2007)**, afirma que los costos se clasifican de la siguiente manera:

#### **Por el alcance**

- a. Totales: Inversión realizada en materiales, fuerza laboral y otros servicios e insumos para producir un lote o grupo de bienes o prestar un servicio.
- b. Unitarios: Se obtiene al dividir los costos totales entre el número de unidades fabricados.

**Por la identidad:**

- a. Directos: Aquellos que pueden ser fácil, precisa o inequívocamente asignados o vinculados con un producto, un servicio o sus procesos o sus características.
- b. Indirectos: Aquellos que tienen cierto grado de dificultad para asignarlos con precisión y, por tanto, conviene tratarlos como indirectos a fin de evitar confusiones y asignaciones injustas.

**De acuerdo con la función en la que se incurren**

- a. Costos de producción: son los que se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados.
  - Materia prima: es el costo de materiales integrados al producto; por ejemplo, la malta utilizada para producir cerveza; el tabaco para producir cigarrillo y otros más.
  - Mano de Obra: es el costo de la mano o recurso humano que interviene directamente en la transformación del producto, por ejemplo: el salario de un obrero que está en la línea de producción.
- b. Gastos de fabricación Indirectos: son los costos que intervienen en la transformación de un producto, a excepción de la materia prima y mano de obra directa, por ejemplo, el sueldo del supervisor, depreciación, etc.
- c. Costos de distribución o venta: son los que se incurren en el área que se encarga de llevar el producto desde la empresa

hasta el último consumidor; como, por ejemplo: publicidad, comisiones.

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

- a. Costo directo: es el que identifica plenamente con una actividad, departamento o producto; por ejemplo: sueldo correspondiente a la secretaria del director de venta, es un costo directo para el departamento de ventas, la materia prima es directa para el producto.
- b. Costo indirecto: es el que no se puede identificar con una actividad determinada; por ejemplo: la depreciación, el sueldo del director de producción. Algunos costos son duales; como el sueldo del gerente de producción es directo para el área de producción, e indirecto al producto.

**De acuerdo con el tiempo cuando fueron calculados**

- a. Costos históricos: son los que incurrieron en un determinado período, por ejemplo, los costos de productos vendidos o los costos de los que se encuentran en proceso; estos costos son de gran ayuda para predecir el comportamiento de los costos predeterminados.
- b. Costos predeterminados: Son los que se estiman con bases estadísticas y se utilizan para elaborar presupuestos.

**De acuerdo con su comportamiento**

- a. Costos variables: Cambian o fluctúan en relación directa a una actividad o volumen dado. Dicha actividad puede ser referida a producción o ventas; por ejemplo: la materia prima cambia de acuerdo con la producción y las comisiones dependiendo a las ventas.
- b. Costos fijos: Son los que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen; por ejemplo: los sueldos, la depreciación en línea recta, el alquiler del edificio.
- c. Costos semi variables o semifijos: Están integrados por una parte fija y una variable; son ejemplos característicos los servicios públicos, la luz, el teléfono.

**De acuerdo con el tipo de Costo incurrido**

- a. Costos desembolsables: Son aquellos que implican una salida de efectivo, por lo cual pueden registrarse en la información generada por la contabilidad. Los costos desembolsables pueden llegar o no a ser relevantes al tomar decisiones administrativas. Un ejemplo de un costo desembolsables es la nómina de la mano de obra actual.
- b. Costo de oportunidad: El costo de oportunidad representa utilidades que se derivan de opciones que fueron rechazadas al tomar una decisión, por lo cual nunca

aparecerán registradas en los libros de contabilidad; sin embargo, este hecho no exime al administrador de tomar en consideración dichos costos.

### **Sistema de Costos**

Es evidente que, en el presente toda empresa debe contar con un sistema de costos adecuado que tenga en cuenta todos los procedimientos, elementos y actividades en el proceso productivo.

Por un lado, Álvarez, J., Mendoza, P. y Rolón, Y. (2005) manifiestan que, “en la actualidad es necesario que las empresas puedan obtener ventajas competitivas de sus sistemas de costos, de manera que sus directivos puedan obtener información de éstos y tomar decisiones estratégicas respecto a sus clientes, competidores, servicios, productos, etc.”. Además, señalan los usos de un sistema de costos:

- Medición de la eficiencia del trabajo.
- Evaluación y control de inventarios.
- Determinación de precios de ventas.
- Formulación de presupuestos.
- Proyección de cambios en el producto o servicio.

Por otro lado, **Kaplan y Cooper (1999)**, menciona las razones por la que las empresas líderes están usando sistemas de costos, para:

- Diseñar productos y servicios que satisfagan las expectativas de los clientes y, al mismo tiempo, puedan ser entregados con un beneficio.
- Detectar dónde hay que realizar mejoras continuas o reingeniería en calidad, eficiencia o rapidez; en sus actividades de aprendizaje.
- Guiar las decisiones de inversión y de mix (oferta) de producto. Elegir entre proveedores alternativos. - Negociar con los clientes el precio, las características del producto, la calidad, las condiciones de entrega y el servicio a satisfacer.
- Estructurar unos procesos eficientes y eficaces de distribución y servicio para los segmentos objetivo de mercado y de clientes.

De manera que, la finalidad del sistema de costos debe ser brindar la suficiente información, real y adecuada de los costos en que incurre una empresa; por tal motivo, Fernando Campa (2005); menciona que, “el fin es proporcionar; información necesaria para la planificación y control de la actividad, información complementaria para la elaboración de la contabilidad financiera e información necesaria para la toma de decisiones en la empresa”.

En resumen, un sistema de costos debe reunir y completar exitosamente una serie de procedimientos “debe clasificar, registrar y agrupar las erogaciones, de tal forma que le permita a la

dirección conocer el costo unitario de cada proceso, producto, actividad y cualquier objeto de costos”

### **Sistema de costos por órdenes de producción**

“Son aquellos en los que se acumulan los costos de la producción de acuerdo a las especificaciones del cliente. De manera que los costos que demandan cada orden de trabajo se van acumulando para cada trabajo, siendo el objeto de costos un grupo o lote de productos homogéneos o iguales, con las características que el cliente desea”. **(Sinisterra, 1997)**.

Por otro lado, **Polimeni R. y Favosa J. (2005)**, afirman que, este sistema recolecta los costos para cada orden o lote físicamente identificables en su paso a través de los procesos productivos de la planta. Los costos que intervienen en la transformación, se recopilan sucesivamente por los elementos identificables: Materia prima, mano de obra directa y costos indirectos, los cuales se acumulan en una orden de trabajo.

Además, para cada orden de producción se debe elaborar una Hoja de Costos donde se muestran los tres elementos del costo y se calcula el costo del Producto terminado dividiendo los costos de producción entre el número de unidades terminadas.

Por ende, podemos decir que, el Sistema de Costos por Órdenes de Trabajo es un procedimiento de control y registro de costos aplicables a empresas donde es posible y resulta práctico

identificar y asignar los Gastos Indirectos a cada trabajo hasta su terminación.

**Costo de Producción:** Es la suma de los tres elementos del costo, es el costo que se carga a las unidades producidas.

$$\text{CDP} = \text{MPD} + \text{MOD} + \text{CIF}$$

Dónde:

CDP: Costo de Producción

MPD: Materia Prima Directa

MOD: Mano de Obra Directa

CIF: Costos Indirectos de fabricación

## **LA CONTABILIDAD DE COSTOS**

### **Definición de Contabilidad**

Por un lado, Sarmiento, R. (2005), afirma que, la contabilidad “es la técnica que analiza, interpreta y registra cronológicamente los movimientos o transacciones comerciales de una empresa”.

Así mismo; es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico. (Bravo, M. 2007)

Por otro lado, Zapata, P. (2008), explica que, la contabilidad “es el sistema de información que permite identificar, clasificar, registrar, resumir, interpretar y analizar los hechos económicos en términos

monetarios y de resultados para tomar buenas decisiones en la empresa”.

#### Contabilidad de Costos

En referencia a la contabilidad de costos, **Lavolpe, A., Capasso, C. y Smolje, A. (2001)**, la definen como, un conjunto de procedimientos técnicos, administrativos y contables que se emplea en cualquier tipo de entes con vistas a determinar el costo de sus operaciones en sus diversas fases con el fin de utilizar la información contable como base para la toma de decisiones.

Del mismo modo, **Zapata, P. (2007)**, opina que “la contabilidad de costos es la técnica que utiliza métodos y procedimientos apropiados para registrar, resumir e interpretar las operaciones relacionadas con los costos que se requieren para elaborar un artículo, prestar un servicio, o los procesos y actividades que fueran inherentes a su producción”.

Además, **Chiliquina, M. (2007)**, afirma que “es un sistema especial, cuyo objetivo principal es proporcionar los elementos necesarios para el cálculo, control y análisis de los costos de producción de un bien o servicio. Se encarga de la acumulación y del análisis de la información para uso interno de los gerentes en la planeación, control y la toma de decisiones”.

Por tanto, este costo se determina a través de una medición directa, de una asignación arbitraria o de una asignación sistemática y racional. El método apropiado para determinar los

costos depende de las circunstancias que generen una necesidad de información determinada.

De lo antes mencionado, se puede afirmar que el punto central de un sistema de contabilidad de costos, es el proceso para rastrear el costo de varios insumos, hasta que estos se convierten en el producto final de una organización (producto o servicio).

### **Objetivos de la Contabilidad de Costos**

Con respecto a los objetivos de la contabilidad de costos, **Johnson, H. y Kaplan, R. (1988)**, consideran tres diferentes:

- a) Valoración de inventario para estados financieros y tributarios, asignando costos periódicos de producción entre productos vendidos y productos en existencia.
- b) Control de operaciones, proporcionando información sobre resultados a los gerentes de producción y departamentos respecto a recursos consumidos (mano de obra, materiales, energía, gastos generales) durante un período de operación.
- c) Medición de los costos de cada producto. También, menciona que, el cumplimiento de estos tres objetivos por parte de la contabilidad de costos se ve afectada por la prioridad que se le da a la demanda de informes financieros.

### **Características de la Contabilidad de Costos**

Ante todo, **Zapata, P. (2008)**, determina que las características de la contabilidad de costos son las siguientes:

- Es analítica, puesto que se planea sobre segmentos de una empresa, y no sobre su total.
- Refleja la unión de una serie de elementos: materia prima, mano de obra directa y cargas fabriles.
- Determinar el costo de los materiales usados por los distintos sectores, el costo de la mercadería vendida y el de las existencias.
- Establece el costo de los productos vendidos, a fin de poder calcular la utilidad o pérdida del periodo y presentarlos en el estado de resultados.
- Determina el costo de los inventarios de productos en proceso, terminados y materiales e insumos, tanto unitarios como globales, con miras a su presentación en el estado de situación financiera.
- Guiar la toma de decisiones, cuándo se deben mantener o desechar ciertas líneas de producción, aceptar o no nuevos pedidos, comprar nuevas maquinarias, entre otros aspectos.
- Controlar el uso de los elementos del costo mediante el reporte de datos, usos indebidos o demoras innecesarias, y optimizar las utilidades precisamente con los ahorros que se obtengan de las acciones que provengan y eviten los desperdicios citados.
- Ubicar las área, proceso, actividades y aspectos que encarecen el producto o impiden obtenerlo de manera

económica y oportuna, identificando sus causas y efectos de corto y largo plazo. A mi entender, mediante estas características podemos realizar el seguimiento oportuno a las materias primas, la mano de obra directa y todo lo correspondiente a los costos indirectos de fabricación, ya que podemos realizar asientos para cada una de las transacciones que se vayan dando ya sea a diario, semanal y mensual.

### **Finalidad de la Contabilidad de Costos**

De acuerdo a Zapata, **P. (2008)**, la finalidad de la contabilidad de costos es la siguiente:

- Calcular el costo unitario real del producto terminado.
- Determinar precios de venta.
- Dotar a la gerencia de una herramienta útil para la planeación y el control sistemático de los costos de producción.
- Reducción de Costos.
- Suministrar información para la obtención de costos destinados a la dirección para la toma de decisiones. Por lo tanto, la contabilidad ayuda a la toma de decisiones a partir de una amplia gama de datos e información que consta en registros y reportes preparados sistemáticamente, en periodo que cada usuario interno desee.

## LA FIJACIÓN DEL PRECIO

Definición de Economía Para empezar, **Samuelson, P. y Nordhaus, W. (2000)**, sostienen que, la economía es el estudio de las actividades que, con dinero o sin él, conllevan transacciones de cambio entre los hombres.

Así mismo, **Miranda (2005)**, afirma que, el concepto de economía también puede hacer referencia a un sistema económico en particular, es decir, a la descripción de la economía de un país, región o el mundo entero. La descripción puede detallar muchos aspectos, de acuerdo a la finalidad de la misma. Usualmente encontraremos datos macroeconómicos, como el PIB, la inflación o la tasa de desempleo.

De lo antes mencionado, podemos implementar las siguientes características de Economía:

Por un lado, **Martínez (2008)**, sostiene que, “la economía es una ciencia. A diferencia de las ciencias experimentales, como la física o la química, la economía es una ciencia social, que se centra fundamentalmente en el comportamiento humano y las consecuencias que de dicho comportamiento se derivan para la sociedad”

Así también, **Ayala (2005)**, expresa que “la economía estudia la utilización de recursos que son escasos. Sin embargo, esta escasez es relativa; los recursos son limitados porque los deseos

humanos que pueden ser satisfechos por el consumo de bienes y servicios son prácticamente ilimitados y crecientes.

## **FIJACIÓN DE PRECIOS**

De cierta forma, **Kotler, P. y Armstrong, G. (2004)**, en su libro mencionan que, todas las organizaciones con o sin fines de lucro deben fijar precios para sus productos o servicios. Por esto, nos dicen que el precio se le puede conocer de diferentes maneras. Como por ejemplo el pago por alquiler de una casa, la matrícula de la universidad, honorarios del médico o dentista.

A lo largo de la historia, el precio ha sido fijado mediante la negociación entre personas que compran y venden, a finales del siglo XIX nace la idea de establecer un solo precio para todos los consumidores.

Pero hoy en día, aquella tendencia cambia, con los avances tecnológicos permiten establecer una correcta comunicación entre compradores y vendedores permitiendo comparar productos y precios de manera rápida. Por ejemplo, mientras la demanda de mercado constituye un tope para la fijación de precios y los costes un umbral mínimo, los costes y los precios de los competidores, así como sus posibles reacciones, ayudan a su fijación.

En todo caso, si la oferta de la empresa es similar a la de su principal competidor, tendrá que fijar un precio similar al de este o perderá ventas. Si la oferta de la empresa es inferior, esta no

deberá cargar más que el precio del competidor. Por el contrario, si la oferta es superior, la empresa tendrá que fijar un precio más alto que el de su competidor. Debe estar al tanto, sin embargo, de que los competidores no alteren sus precios como respuesta a las modificaciones que ella introduce.

Por lo tanto, la fijación de precios en una empresa, constituye también una investigación de todas las actividades que realicen los principales competidores, es decir conocer al competidor estratégicamente y de acuerdo a los resultados pronosticar un precio adecuado para obtener mayores ventas.

## **DETERMINACIÓN DEL PRECIO**

### **Concepto de Precio**

De un lado, **Amari (2012)**, sostiene que, “el precio es la cantidad de dinero que una persona necesita para obtener un producto o servicio”. Todos los productos y servicios tienen un precio, incluso los que se ofrecen gratuitamente a la sociedad tienen unos costos que alguien debe pagar, ya sea el Estado, una fundación o cualquier otra entidad.

Además, **García, J. (2007)**, sostiene que, en un mundo globalizado el precio de venta, en la mayoría de los casos, lo determina el mercado; por lo tanto, para que nuestros productos y servicios puedan participar y ser competitivos, debemos partir del precio de venta que fija el mercado; restarle el porcentaje de utilidad

deseado, para llegar a nuestro costo total objetivo. Al mismo tiempo, debemos considerar otros aspectos, entre ellos: la ley de la oferta y demanda, penetración en el mercado, promoción de la línea de productos, fijación de precios por primera vez.

Por otra parte, dentro de las estrategias para fijar un precio de venta está el analizar la demanda; por eso, **Kotler, P., Camara, D., Grande, A., & Cruz, I. (2000)**, indican que, “cada precio que la empresa fije tiene un nivel de demanda correspondiente”, significa que el mercado tendrá diferentes demandantes y con propuestas de precios diferentes, por lo tanto, los precios de venta serán flexibles de acuerdo al mercado donde se encuentre.

En resumen, el precio y la demanda están relacionados directamente, en la medida que, cuando los precios de venta sean altos la demanda será baja, y cuando los precios de venta sean baratos existirá mayor demanda. El factor clave dentro de esta relación es la calidad del producto, porque algunos consumidores pagan más por que el producto ofrecido es de mayor calidad.

### **Tipos de Precio**

- En cierta forma, **Diez, E. (2008)**, establece que, existen los siguientes tipos de precios:
- Precio de venta: valor, expresado en cantidad de recursos, mediante el cual el vendedor transfiere la propiedad de sus productos al comprador.

- Precio de costo: el precio de coste se refiere a todo lo que ha costado un producto, la prestación de un servicio, o bien un grupo de productos o de prestaciones de servicios, en el estado final de producción.
- Precios finales: son el precio más bajo y más alto de los establecidos para una línea de productos.
- Precio de línea de producto: son los precios que se fijan a los distintos artículos que componen la línea.
- Precio de origen: es el precio del producto en el momento de su fabricación, es decir, lo que hay que pagar por el producto a pie de fábrica, sin incluir el coste de transporte, márgenes de intermediación, entre otros. De modo semejante, según anotaciones, a continuación, una muestra de las clasificaciones más comunes del precio:
- Precio efectivo: Es el pago final que hace el comprador después del descuento de promociones y otros incentivos.
- Precio lineal: Se trata del uso de un número limitado de precios para varios productos.
- Precio a pérdida: Consiste en establecer un precio bajo los niveles de costo para motivar la adquisición de otros productos que si tienen un valor de compra adecuado.
- Precio psicológico: Más que en el valor real producto, está basado en la percepción que tienen los consumidores.

- Precio multidimensional: En lugar de un simple monto de dinero, esta metodología combina cronogramas de pago y cancelación de iniciales, entre otras alternativas.

### **Análisis de Precios**

Con respecto al análisis de precios, Aldás, A. (2014), opina que muchas empresas se enfrentan cada vez a la competencia de precios y aun así no cuentan con suficientes y claras decisiones en el manejo adecuado de los mismos. Algunos problemas de las empresas que no tienen un adecuado control de sus precios, puede ser debido a:

- La rapidez con la que algunas empresas tienden a bajar sus precios para incrementar sus ventas en vez de convencer a los consumidores que sus productos valen más.
- Que los precios están demasiado basados en los costes en vez de en el valor del producto percibido por el consumidor.
- Los precios no se actualizan con frecuencia, para así poder reflejar que cambios hubo en el mercado.
- En la fijación de precios son independientes sin tomar en cuenta los elementos del marketing mix.
- Los precios no son variados por clase de producto, segmento de mercado u ocasiones de compra. De tal manera, existen varios criterios para implementar distintas modalidades de precios en torno a un mismo producto.
- Calidad: promedio vs. lujo, bueno vs. mejor.

- Tamaño: tamaño estándar, tamaño familiar, tamaño económico, tamaño gigante.
- Usos: leche para beber, leche para elaborar yogurt.
- Recarga: horario matiné vs. horario nocturno, montos especiales para horas pico en gimnasios o canchas deportivas.

En algunos casos de clientes, por lo general, se encamina hacia los precios bajos, mientras que otros se encaminan por la calidad, el servicio, el valor y la imagen de marca. Por otro lado, también existen factores que influyen, no solo el precio, sino otros aspectos como la reputación del establecimiento y su publicidad.

### **Etapas y Métodos de Fijación de Precios**

- Hasta cierto punto, Aldás, A. (2014), nos explica que, para llegar a una adecuada fijación de precios, lo primordial es:
  - Conocer los objetivos que se pretende fijar el precio.
  - Identificar los factores que influyen en la fijación de precios de la empresa.
  - Elegir uno de los diferentes métodos de fijación de precios.
  - Aplicar la estrategia de precios más adecuada En la actualidad, se utilizan métodos de fijación de precios basados en la importancia dada a cada uno de estos conceptos. Estos métodos son:
- A. Método basado en los costes:** el cual se basa en los datos de costes para obtener el precio final de venta de un

producto, quedando aislados en segundo término la demanda y la competencia. Le consideran de fácil aplicación porque está basada en la suma de un margen de beneficio al coste del producto. Entre los principales métodos basados en los costes, tenemos:

- **Método del costo más margen**

Consiste en añadir al costo total unitario del producto un determinado porcentaje de utilidad. El coste total unitario se obtiene sumando al costo variable los costos fijos totales, divididos por el número de unidades producidas.

Generalmente, éste método es utilizado por pequeños minoristas, puesto que, en la mayoría de los casos los precios de compra de los productos que comercializan es la única información que poseen, sin tener en cuenta la importancia de los demás costos fijos en que incurren.

- **Método de margen en el precio**

Con este método, se calcula sobre el precio, en vez de sobre los costos como hacíamos en el método anterior, aunque estos son tomados como información de partida.

Asimismo, el minorista sabe en cada momento, qué parte del precio de su producto corresponde a costes y cuál proporciona margen para la organización, además de

facilitarle la máxima información a la hora de realizar alguna rebaja o ajuste de precio.

- **Método del beneficio objetivo**

Consiste en fijar el precio que permite obtener un beneficio o volumen de ventas dado. Este método se puede utilizar de forma conjunta con “punto muerto” o “umbral de rentabilidad”, que buscará, calcular la cantidad de productos que han de venderse a un determinado precio, para cubrir los costes fijos y variables incurridos en la fabricación y venta del producto.

**B. Métodos basados en la competencia:** que consisten en fijar un precio que guarde una determinada relación con los precios de los productos de la competencia.

- Sistema de paridad competitiva Se da cuando la empresa decide fijar a su producto un precio más o menos parecido al precio de los productos de la competencia. El mercado es muy competitivo y el producto no se diferencia mucho de los de la competencia. Este método se aplica también cuando el mercado está dominado por unos cuantos fabricantes, o cuando los productos tienen un precio acostumbrado.
- Fijación de precios por debajo del nivel competitivo Se fijan precios muy bajos para unos determinados productos que servirán de gancho y que hacen que al consumidor le compense hacer la compra en ese establecimiento.

La política de estos establecimientos es de elevado volumen de ventas con márgenes bajos, para conseguir una amplia cuota de mercado con productos o en segmentos de mercado en los que la elasticidad de la demanda sea elevada.

- Fijación de precios por encima del nivel competitivo Consiste en fijar precios más altos que los de la competencia para dar una imagen de calidad y prestigio a sus productos, partiendo de la base de que el comprador suele asociar precio y calidad. Se ha comprobado la asociación inmediata de ideas al pensar en un producto de lujo y lo que el comprador potencial está dispuesto a pagar por él.
  - Método de licitación, propuesta sellada o concurso Este método se basa en las distintas ofertas que realizan distintos productores a una demanda específica de antemano. En estos casos el comprador especifica las características y condiciones que debe reunir el producto o servicio y las hace públicas a un conjunto de posibles proveedores.
  - El concurso lo gana el proveedor o empresa que ofrezca el menor precio, siempre que se cumplan las condiciones estipuladas.
- C. Métodos basados en la demanda:** los cuales, sirven para adaptar el precio de venta de los productos de la empresa a la intensidad de la demanda existente. La demanda de un

producto es la cantidad del mismo que el mercado está dispuesto a aceptar.

Esta demanda depende, además del precio como es normal, de un conjunto amplio de factores, como pueden ser las posibilidades económicas de los compradores o “el valor o utilidad” que asocien al producto.

- **Método del valor percibido** Se basa en la forma en que los consumidores evalúan la información que son capaces de obtener sobre distintos productos y servicios que, como ya hemos comentado antes, marca el límite superior del precio de un producto para el consumidor.

El consumidor está dispuesto a pagar, como máximo, el valor asignado a la utilidad que le reporta el producto adquirido. Sin olvidar que, dentro de esta percepción del valor de la satisfacción obtenida, se encuentra la apreciación que el consumidor hace de los costes incorporados al producto o servicio adquirido.

- **Método de experimentación** Consiste en ensayar diferentes precios para un mismo producto, durante un período determinado de tiempo, con objeto de fijar finalmente el precio más interesante a los objetivos de la empresa. Este método suele emplearse mucho por algunas empresas para la fijación de precios de nuevos productos de consumo.

## **Cálculo del Precio**

Así pues, **Manrique (2013)**, nos informa, que al vender un producto se busca satisfacer al cliente y al mismo tiempo generar una utilidad. Es una relación ganar-ganar para ambas partes. En el momento que una de las dos partes (comprador/vendedor) pierde, deja de ser negocio. Si el precio que ofreces no es el adecuado, puedes perder clientes o perder dinero.

Se debe tomar en cuenta que, para el cálculo del precio de venta se tendrá claro los costos que influyen para determinarlo obteniendo a su vez utilidad sin dejar de lado que el precio que se obtendrá estará incluidos los impuestos del mismo.

**Precio de Venta:** Es el precio final que vas a ofrecer al público

**Costo Total:** La suma de todos los costos que implica vender el producto  
**Margen de Utilidad:** La ganancia que deseas obtener a partir de la venta del producto.

$$\text{Precio de Venta} = \text{Costo Total} + \text{Margen de Utilidad}$$

## **TOMA DE DECISIONES**

### **Definición:**

**Freemont E. Kast:** la toma de decisiones es fundamental para el organismo la conducta de la organización. La toma de decisión

suministra los medios para el control y permite la coherencia en los sistemas. **(KAST, 1979)**.

Moody, es una acción que debe tomarse cuando ya no hay más tiempo para recoger información.

Leon Blan Buris define que una decisión es una elección que se hace entre varias alterativas.

Le Moigne define el termino decidir cómo identificar y resolver los problemas que se le presenta a toda organización. Por tanto, el desencadenante del proceso de toma de decisiones es la existencia de un problema, pero ¿cuándo existe un problema? Para Huber existirá un problema cuando hay diferencia entre la situación real y la situación deseada. La solución del problema puede consistir en modificar una u otra situación, por ello se puede definir como el proceso consciente de reducir la diferencia entre ambas situaciones.

Green Wood afirma que la toma de decisiones para la administración equivale esencialmente a la resolución de problemas empresariales. Los diagnósticos de problemas, las búsquedas y las evaluaciones de alternativas y la elección final de una decisión, constituyen las etapas básicas en el proceso de toma de decisiones y resolución de problemas.

### **Técnicas y Herramientas**

Vamos a proponer una división entre las técnicas que nos permiten modelar el proceso y las herramientas que se incluyen dentro de ella.

En lo referente a las técnicas tendremos en cuenta el modelo desarrollado por Simón para la descripción del proceso de toma de decisiones, y el cual es la base de todos los modelos realizados al respecto. El mismo consta de tres fases principales:

1. Investigación (inteligencia) exploración del ambiente sobre las condiciones que requieren las decisiones. Los datos de entrada se obtienen, se procesan y se examina en busca de indicios que pueden identificar problemas u oportunidades.
2. Diseño. Invención, desarrollo y análisis de los posibles cursos de acción. Esto involucra los procesos para entender el problema, para generar las soluciones y para probar las soluciones según su factibilidad
3. Elección. Selección de una alternativa o curso de acción entre aquella que están disponibles. Se hace una selección y se implementa.

En referencia a las herramientas vamos a conceptualizar, en primera instancia algunas de las teorías más importantes que tienen directa injerencia en la toma de decisiones, nos referimos a: teoría de juegos, teoría de la utilidad cardinal y teoría de las restricciones.

En los últimos veinte años, la teoría de juegos (o teoría de las decisiones interactivas) se ha convertido en el modelo dominante en la teoría económica y ha contribuido significativamente a la ciencia política, la biología y a estudios de seguridad nacional. El papel central de la teoría de juegos en teoría económica fue

reconocido con el premio nobel de economía otorgado a John C. Harsanyi, John Nash y Reinhard Selten en 1994, esta teoría analiza el comportamiento estratégico cuando dos o más individuos interactúan y cada decisión individual resulta de lo que él (o ella) espera que los otros hagan. Es decir que debemos esperar que suceda a partir de las interacciones entre los individuos.

En la década de los 40' Von Neumann y Morgenstem sostuvieron que la gente no siempre toma decisiones buscando maximizar el valor monetario esperado, sino que busca maximizar la utilidad esperada, así nace la teoría de la utilidad cardinal o utilidad en riesgo. Con base en supuestos lógicos acerca de la manera como la gente elige entre opciones, ambos autores desarrollaron un procedimiento para cuantificar o medir la utilidad que los bienes o el dinero tienen para una persona.

En la década del setenta el Doctor en Física Eliyahu Goldratt desarrolló lo que se ha dado a conocer como la teoría de las restricciones (theory of constraints o, simplemente, TOC) que se basa en la idea de que el objetivo (o meta) de toda empresa (o sistema) es generar dinero de forma sostenida, aumentando el throughput (ingreso a través de las ventas) al mismo tiempo en que se reducen los inventarios y los gastos operativos.

La clave de esta filosofía pasa por demostrar que toda compañía es una gran cadena de recursos interdependientes (maquinarias, personal, instalaciones y demás), pero que solo unos pocos de

esos recursos, llamados “cuellos de botella” o “restricciones”, son los que condicionan la salida de toda la producción. Las restricciones, entonces, no se refieren a recursos escasos, sino a criterios y decisiones erróneas que impiden a la firma alcanzar su objetivo.

### **Etapas de la toma de decisiones**

Este proceso se puede aplicar tanto a sus decisiones personales como a una acción de una empresa, a su vez también se puede aplicar tanto a decisiones individuales como grupales.

#### **Etapa 1. La identificación de un problema**

El proceso de toma de decisiones comienza con un problema, es decir, la discrepancia entre un estado actual de cosas y un estado que se desea. Ahora bien, antes que se pueda caracterizar alguna cosa como un problema, los administradores tienen que ser conscientes de las discrepancias, estar bajo presión para que se tomen acciones y tener los recursos necesarios. Los administradores pueden percibir que tiene una discrepancia por comparación entre el estado actual de cosas y alguna norma, norma que puede ser el desempeño pasado, metas fijadas con anterioridad o el desempeño de alguna otra unidad dentro de la organización o en otras organizaciones. Además, debe existir algún tipo de presión en esta discrepancia ya que si no el problema se puede posponer hasta algún tiempo en futuro. Así, para el proceso

de decisión, el problema debe ejercer algún tipo de presión sobre el administrador para que este actúe. Esta presión puede incluir políticas de la organización, fechas límites, crisis financieras, una próxima evaluación del desempeño, etc.

### **Etapa 2. La identificación de los criterios para la toma de decisiones.**

Una vez que se conoce la existencia del problema, se deben identificar los criterios de decisión que serán relevantes para la resolución del problema. Cada persona que toma decisiones suele tener unos criterios que los guían en su decisión. Este paso nos indica que son tan importantes los criterios que se identifican como los que no; ya que un criterio que no se identifica se considerara irrelevante por el tomador de decisiones.

### **Etapa 3. La asignación de ponderaciones a los criterios.**

Los criterios seleccionados en la fase anterior no tienen toda la misma importancia, por tanto, es necesario ponderar las variables que se incluyen en la lista en el paso anterior, a fin de darles la prioridad correcta en la decisión. Este paso lo puede llevar a cabo dándole el mayor valor al criterio preferente y luego comparar los demás para valorarlos en relación al preferente.

### **Etapa 4. El desarrollo de alternativas.**

Este paso consiste en la obtención de todas las alternativas viables que puedan tener éxito para la resolución del problema

**Etapa 5. Análisis de las alternativas.**

Una vez que se han desarrollado las alternativas el tomador de decisiones debe analizarlas cuidadosamente. Las fortalezas y debilidades se vuelven evidencias.

Según se les compare con los criterios establecidos en la etapa 2 y 3. Se evalúa cada alternativa comparándola con los criterios. Algunas valoraciones pueden lograrse en una forma relativamente objetiva, pero, sin embargo, suele existir algo de subjetividad, por lo que la mayoría de las decisiones suelen contener juicios.

**Etapa 6. Selección de una alternativa.**

Consiste en seleccionar la mejor alternativa de todas las valoradas.

**Etapa 7. La implantación de la alternativa.**

Mientras que el proceso de selección queda completado con el paso anterior, sin embargo, la decisión puede fallar si no se lleva a cabo correctamente. Este paso intenta que la decisión se lleve a cabo, e incluye dar a conocer la decisión a las personas afectadas y lograr que se comprometan con la misma. Si las personas que tienen que ejecutar una decisión participan en el proceso, es más fácil que apoyen con entusiasmo la misma. Estas decisiones se llevan a cabo por medio de una planificación, organización y dirección efectivas.

## **Etapas 8. La evaluación de la efectividad de la decisión.**

Este paso juzga el proceso del resultado de la toma de decisiones para verse que se ha corregido el problema. Si como resultado de esta evaluación se encuentra que todavía existe el problema tendrá que hacer el estudio de lo que se hizo mal. Las respuestas a estas preguntas nos pueden llevar de regreso a uno de los primeros pasos e inclusive al primer paso.

### **Tipos de Decisiones**

Todas las decisiones no son iguales, ni producen las mismas consecuencias, ni tampoco su adopción es de idéntica relevancia, por ello existen distintos tipos de decisiones, para su clasificación destacaremos las más representativas. (Claver, 2000).

#### **1. Tipología por niveles**

Está conectada con el concepto de estructura organizativa y la idea de jerarquía que se deriva de la misma, las decisiones se clasifican en función de la posición jerárquica o nivel administrativo ocupado por el decisor. Desde este planteamiento distinguiremos.

- a. **Decisiones estratégicas (o de planificación),** son decisiones adoptadas por decisores situados en el ápice de la pirámide jerárquica o altos directivos. Estas se refieren a las relaciones entre la organización o empresa y su entorno. Son decisiones de una gran trascendencia puesto que definen los fines y objetivos generales que afectan a la totalidad de la organización; son decisiones singulares a

largo plazo y no repetitivas, por lo que la información es escasa y sus efectos son difícilmente reversibles; los errores pueden comprometer el desarrollo de la empresa y en determinados casos su supervivencia, por lo que requieren un alto grado de reflexión y juicio.

- b. **Decisiones tácticas o de pilotaje;** son decisiones tomadas por directivos intermedios. Estas decisiones pueden ser repetitivas y el grado de repetición es suficiente para confiar en precedentes, los errores no implican sanciones muy fuertes a no ser que se vayan acumulando.
- c. **Decisiones operativas,** adoptadas por ejecutivos que se sitúan en el nivel más inferior. Son las relacionadas con las actividades corrientes de la empresa. El grado de repetitividad es elevado: se traducen a menudo en rutinas y procedimientos automáticos, por lo que la información es disponible. Los errores se pueden corregir rápidamente ya que el plazo al que afecta es a corto y las sanciones son mínimas.

## 2. Tipología por métodos

Esta clasificación se debe a Simón (1977) quien realiza una clasificación basándose en la similitud de los métodos empleados para la toma de decisiones, independientemente de los niveles de decisión. Así distingue una serie continua

de decisiones en cuyos extremos están las decisiones programadas y no programadas.

- Se entiende por decisiones programadas aquellas que son repetitivas y rutinarias, cuando se ha definido un procedimiento o se ha establecido un criterio (o regla de decisión) que facilita hacerles frente, permitiendo el no ser tratadas de nuevo cada vez que se debe tomar una decisión. En este tipo de decisiones no es el mayor o menor dificultad en decidir, sino que se encuentra en la repetitividad y la posibilidad de predecir y analizar sus elementos componentes por muy complejos que resulten estos.
- Las decisiones no programadas son aquellas que resultan nuevas para la empresa, no estructuradas e importantes en sí mismas. No existe ningún método establecido para manejar el problema porque este no haya surgido antes o porque su naturaleza o estructura son complejas, o porque es tan importante que merece un tratamiento hecho a la medida. También se utiliza para problemas que puedan ocurrir periódicamente pero quizá requiera de enfoques modificados debido a cambios en las condiciones internas o externas. Koontz y Weihrich, ponen de manifiesto la relación entre el nivel administrativo donde se toman las decisiones, la clase de problema al que se enfrentan y el tipo de decisión que es necesario adoptar para hacerle frente.

- Los directivos de alto nivel se enfrentan a decisiones no programadas, puesto que son problemas sin estructurar y a medida que se desciende en la jerarquía organizacional, más estructurados o comprensibles resultan los problemas y, por tanto, más programadas resultan las decisiones. (Koontz).

### 2.3 DEFINICIONES CONCEPTUALES

**Reconocimiento de los costos.** El costo y el gasto es son decrementos de los activos o incrementos de los pasivos de una entidad, durante un periodo contable, con la intención de generar ingresos.

**Medición de los costos.** Debe medirse considerando todos los sacrificios económicos necesarios para ponerlo en condiciones de cumplir con el objetivo para el que fue adquirido o producido.

**Registro contable de los costos.** Es un sistema de información para predeterminar, registrar, acumular, distribuir, controlar, analizar, interpretar e informar de los costos de producción, distribución, administración y financiamiento.

**Costo total de calidad.** Los costos de la calidad forman parte integral del costo de producción o de prestación de un servicio, pero en general no se cuantifican por separado, evitando de este modo su adecuado control y análisis y dificultando la aplicación de eventuales medidas correctivas.

**Costo de evaluación.** Con el fin de mantener los niveles de calidad controlados, se realizan pruebas e inspecciones constantes en el proceso de producción y al producto final. A menos que se logre un control perfecto, siempre se generan costos por concepto de evaluación.

**Costo de conformidad.** Son aquellos generados por todas las actividades diseñadas para prevenir la mala calidad de los productos o servicios

**Materia prima.** Sustancia natural o artificial que se transforma industrialmente para crear un producto. Cosa que potencialmente sirve para crear algo.

**Mano de obra.** Es el esfuerzo tanto físico como mental que se aplica durante el proceso de elaboración de un bien.

**Gastos indirectos.** Son aquellos gastos en que incurre una organización pero que son difíciles de asignar o identificar a parte de la actividad productiva de la organización (ventas, producción, servicio técnico,).

**Elementos del costo mensual.** Los elementos del costo de producción (componentes del costo de producción) son los materiales, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación, estos son los componentes que suministran la información necesaria para la medición del ingreso y la fijación del precio del producto.

**Estado de costo de ventas mensual.** 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.  $\text{Costo de Ventas} = \text{Inventario al comienzo del periodo} + \text{Compras y gastos durante el periodo} - \text{Inventario al Final del Periodo}$ .

**Estado de costo de producción mensual.** trata del conjunto de los gastos que son necesarios para producir un servicio o un bien. El costo de producción, por lo tanto, está formado por todas las inversiones que una empresa debe realizar para seguir en funcionamiento y producir aquello que comercializa.

**Eficiencia.** Capacidad para realizar o cumplir adecuadamente una función.

**Efectividad.** Es la capacidad de conseguir el resultado que se busca.

**Satisfacción.** Sentimiento de bienestar o placer que se tiene cuando se ha colmado un deseo o cubierto una necesidad.

**Cumplimiento de objetivos.** Es una meta o finalidad a cumplir para la que se disponen medios determinados. En general, la consecución de un determinado logro lleva implícita la superación de obstáculos y dificultades que pueden hacer naufragar el proyecto o, al menos, dilatar su concreción.

**Cumplimiento de metas.** Una meta es un resultado deseado que una persona o un sistema imagina, planea y se compromete a

lograr: un punto final deseado personalmente en una organización en algún desarrollo asumido.

**Resultados.** Es el corolario, la consecuencia o el fruto de una determinada situación o de un proceso. El concepto se emplea de distintas maneras de acuerdo al contexto.

**Atención a clientes.** Es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades.

**Stock asegurado.** Es un término de la lengua inglesa que, en nuestro idioma, refiere a la cantidad de bienes o productos que dispone una organización o un individuo en un determinado momento para el cumplimiento de ciertos objetivos.

**Nuevas inversiones.** Acción de invertir una cantidad de dinero, tiempo o esfuerzo en una cosa.

**Satisfacción de clientes.** Es posible definir la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de un individuo que resulta de la comparación entre el rendimiento percibido del producto o servicio con sus expectativas.

**Satisfacción de empresarios.** Es un concepto inherente al ámbito del marketing y que implica como su denominación nos lo anticipa ya, a la satisfacción que experimenta un cliente en relación a un producto o servicio que ha adquirido, consumido, porque precisamente el mismo ha cubierto en pleno las expectativas depositadas

**Satisfacción de proveedores.** Es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin.

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de **investigación es aplicada**, porque el presente trabajo trata de analizar los hechos sobre teorías ya existentes que fueron observados para determinar la manera como la contabilidad de costos a través de su sistema de información contribuye a la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.

El estudio es de tipo **Descriptivo Correlacional**, porque determina si dos variables están correlacionadas o no. Esto significa analizar si un aumento o disminución en una variable coincide con un aumento o disminución en la otra variable. También es **Longitudinal**, porque investiga al mismo grupo de personas de manera repetida a lo largo de un período de tiempo.

#### 3.2 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se empleó el método sintético o de síntesis, el mismo que se complementó con el inductivo y deductivo entre otros:

Por lo manifestado, se describen los siguientes:

✓ **El método Sintético (Síntesis)**. Consiste en reunir las partes analizadas en el todo para examinar el fenómeno nuevamente en forma global.

- ✓ **El método Inductivo.** Obtención de conocimientos de lo particular a lo general. Establece proposiciones de carácter general inferidas de la observación y el estudio analítico de hechos y fenómenos particulares. Se complementa mutuamente con el método deductivo. Establece conclusiones empíricas.
- ✓ **El método Deductivo.** Razonamiento mental que conduce de lo general a lo particular. Parte de proposiciones o supuestos generales que se deriva a otra proposición o juicio particular. Se complementa mutuamente con el método inductivo. Establece conclusiones lógicas.

### 3.3 DISEÑO Y ESQUEMA DE LA INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se utilizó el diseño correlacional, donde las variables se manejaron bajo el siguiente esquema:

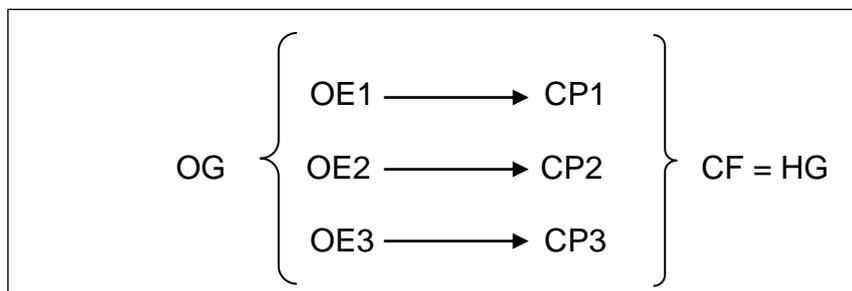


Dónde:

M = Es la muestra de la investigación

O = resultado que se va a obtener

Debido a la naturaleza de la investigación, responde al de una investigación por objetivos de acuerdo al esquema siguiente:



Dónde:

OG = Objetivo General

OE = Objetivo Especifico

CF = Conclusión Final

CP = Conclusión Parcial

HG = Hipótesis General

### 3.4 UNIVERSO/POBLACIÓN

La población o universo estuvo representado por las empresas productoras de lácteos de las provincias del departamento de Huánuco. Según cuadro adjunto.

#### PRODUCCIÓN DE LECHE POR DISTRITO – REGIÓN HUÁNUCO

Distrito	N° DE GANADEROS	LITROS DE CHECHE POR DÍA
LA UNIÓN	27	1650
PACHAS	25	620
SILLAPATA	26	450
RONDOS	325	1400
BAÑOS	125	2400
JESÚS	350	1200
QUEROPALCA	48	800
HUARÍN	85	460
JIVIA	125	850
CAURI	11	200
<b>TOTAL</b>	<b>1147</b>	<b>10030</b>

Aproximadamente el 30 % de la producción lo procesan y la otra parte (70%) lo comercializan como leche fresca.

FUENTE: GRHCO – PROYECTO DE LÁCTEOS EJECUTADO 2009 - 2011

### 3.5 MUESTRA

Para llevar a cabo la presente investigación se tomó como muestra a las empresas productoras de lácteos del distrito de Baños y las encuestas fueron tomadas a los productores que suman 125 personas, según cuadro adjunto:

DISTRITO	NÚMERO DE GANADEROS
DISTRITO DE BAÑOS	125
<b>TOTAL</b>	<b>125</b>

Elaboración: Propia

### 3.6 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS

Para lograr el cumplimiento de los objetivos de estudio se acudió al empleo de técnicas de recolección y tratamiento de datos y como instrumento para medir la situación actual, se aplicará el cuestionario diseñado por la escala de Likert.

#### Técnicas:

- a. **La encuesta:** que se aplicó a la muestra de productores del distrito de Baños involucrados con la producción de lácteos. Y como instrumento el cuestionario, el mismo que fue estructurado teniendo en cuenta las variables e indicadores en estudio.
- b. **La observación:** que nos permitió observar las variables en estudio y su comportamiento, así como observar como la contabilidad de costos contribuye a la

toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco.

### **3.6.2 Tratamiento de Datos:**

Se realizó a través de la estadística descriptiva tales como las proporciones y porcentajes, a fin de interpretar cada una de las variables y sus indicadores, así como matematizar y presentar los cuadros y gráficos estadísticos.

## **3.7 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, FUENTES**

Los instrumentos que se utilizaron en la presente investigación fueron de acuerdo a las Técnicas de Investigación ya mencionadas, la cual se detallan a continuación.

### **3.7.1 INSTRUMENTOS**

**Cuestionarios:** Constituyen las preguntas con la finalidad de recoger datos para que la investigación sea factible y viable. Al realizar el cuestionario se debe tener en cuenta la longitud del mismo, como el modo de obtener las respuestas significativas que ayuden el proceso de la toma de decisiones.

### **3.7.2 FUENTES:**

- a. **Fuentes Primarias.** - Para la obtención de información de manera directa, se hizo uso de la observación por parte del investigador en lugares donde se llevó cabo la investigación.

- b. **Fuentes Secundarias.** - Se hizo uso de información de fuentes bibliográficas (libros, revistas, normas legales, etc.) relacionados con el tema de estudio, como también de información encontrada en Internet.

### **3.8 PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS**

#### **3.8.1 PROCESAMIENTO DE LOS DATOS**

Para el procesamiento de datos se usaron las herramientas de software informático como el SPSS y el Ms Office, para la elaboración de los gráficos y cuadros de doble entrada, teniendo en cuenta las variables de la presente investigación.

Durante el proceso se ejecutaron las operaciones necesarias para convertir los datos en información significativa. Los datos serán presentados en tablas, cuadros, figuras y gráficos analizados con la aplicación de la estadística descriptiva.

- Ordenamiento y clasificación
- Gráficas estadísticas
- Procesamiento computarizado con Excel
- Procesamiento computarizado con SPSS

### **3.8.2 PRESENTACIÓN DE DATOS:**

Se utilizó la estadística descriptiva para analizar la existencia de asociaciones entre variables para cada uno de los indicadores. Además, se utilizó el análisis de correlación simple para medir el grado de relación entre las variables independiente y dependiente para arribar a la demostración de la Hipótesis.

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS**

#### **4.1 RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO**

##### **ENCUESTAS**

###### **4.1.1 La contabilidad de costos y la toma de decisiones**

###### **Interrogante.**

**¿Está de acuerdo usted, con que la contabilidad de costos contribuye a la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco?**

###### **Interpretación:**

Del total de 125 personas encuestadas, obtuvimos:

- 70 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 56% del total.
- 2 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 2% del total encuestado.
- 30 respondieron “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 24%.
- 20 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 16%
- 3 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 2%

La mayoría de los encuestados están de acuerdo con que la contabilidad de costos contribuye a la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco. Hubo algunos encuestados que respondieron ni de acuerdo ni en desacuerdo y otros que respondieron en desacuerdo.

### CUADRO N° 01

#### La contabilidad de costos y la toma de decisiones

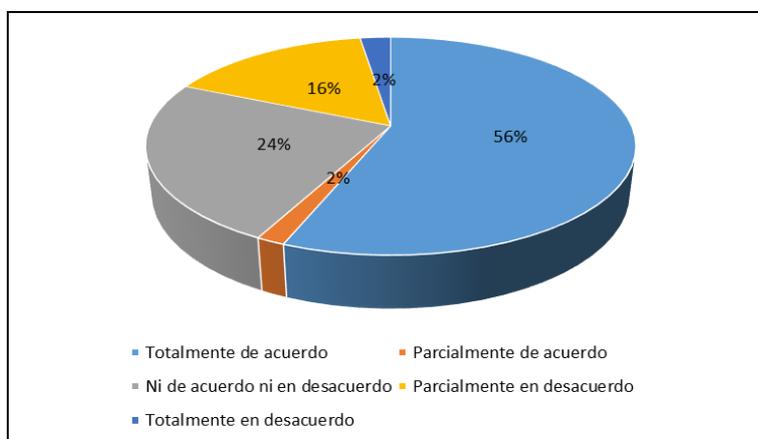
Alternativa	Total, Parcial	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	70	56.00%
Parcialmente de acuerdo	2	2.00%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	30	24.00%
Parcialmente en desacuerdo	20	16.00%
Totalmente en desacuerdo	3	2.00%
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Gobierno Regional de Huánuco

Elaboración: Propia

### GRAFICO N° 01

#### La contabilidad de costos y la toma de decisiones



Elaboración : propia

#### 4.1.2 Costo total de calidad y cumplimiento de objetivos

##### Interrogante:

¿Está de acuerdo usted, con qué el costo total de calidad de producción cumple con los objetivos de producción de productos lácteos en la región Huánuco?

**Interpretación:**

Del total de personal encuestado, 125 personas, se obtuvo los siguientes resultados:

- 65 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 52% del total.
- 15 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 12% del total encuestado.
- 25 respondieron “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 20%.
- 15 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 12%
- 5 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 4%

En definitiva, observamos los resultados obtenidos y notamos claramente que el costo total de calidad de producción cumple con los objetivos de producción de productos lácteos en la región Huánuco. Hubo algunos encuestados que respondieron ni de acuerdo ni en desacuerdo y otros que respondieron en desacuerdo.

**CUADRO N° 02****Costo total de calidad y cumplimiento de objetivos**

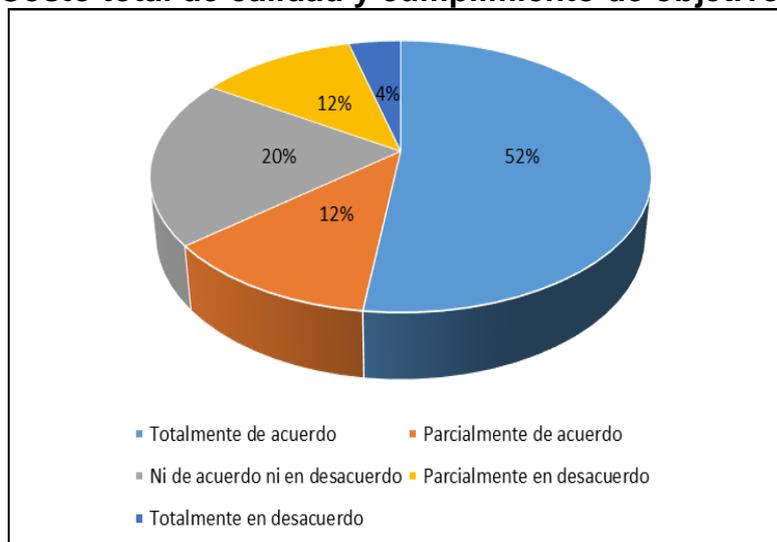
<b>Alternativa</b>	<b>Total, Parcial</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	65	52.00%
Parcialmente de acuerdo	15	12.00%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	20.00%
Parcialmente en desacuerdo	15	12.00%
Totalmente en desacuerdo	5	4.00%
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Gobierno Regional de Huánuco

Elaboración: Propia

## GRAFICO N° 02

### Costo total de calidad y cumplimiento de objetivos



Elaboración : propia

#### 4.1.3 Costo de evaluación y cumplimiento de metas

##### Interrogante:

¿Está de acuerdo usted, que el costo de evaluación de la producción y el cumplimiento de metas permiten tomar decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos?

##### Interpretación:

De todos los encuestados, 125 personas, se dieron como resultados los siguientes:

- 60 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 48% del total.
- 10 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 8% del total encuestado.
- 35 respondieron “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 28%.
- 15 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 12%

- 5 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 4%

Observando los resultados, notamos que la mayoría de encuestados consideran que el costo de evaluación de la producción y el cumplimiento de metas permiten tomar decisiones acertadas en las empresas de productos lácteos. Hubo algunos encuestados que respondieron ni de acuerdo ni en desacuerdo y otros que respondieron en desacuerdo.

### CUADRO N° 03

#### Costo de evaluación y cumplimiento de metas

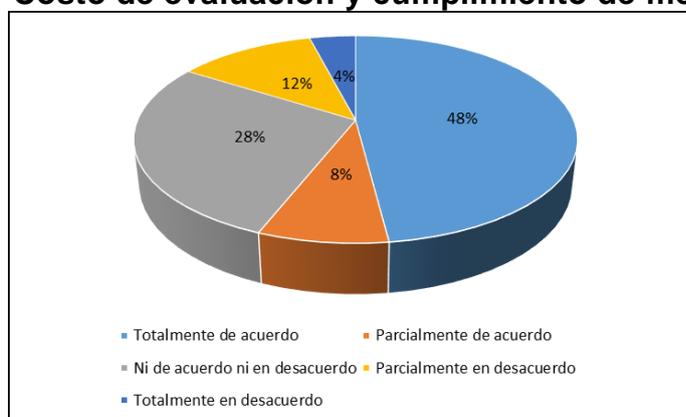
Alternativa	Total, Parcial	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	60	48.00%
Parcialmente de acuerdo	10	8.00%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	35	28.00%
Parcialmente en desacuerdo	15	12.00%
Totalmente en desacuerdo	5	4.00%
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Gobierno Regional de Huánuco

Elaboración: Propia

### GRAFICO N° 03

#### Costo de evaluación y cumplimiento de metas



Elaboración : propia

#### 4.1.4 Costo de conformidad y resultados

**Interrogante:**

**¿Está usted de acuerdo con que el costo de conformidad permite alcanzar los resultados esperados en la producción de productos lácteos?**

**Interpretación:**

Del total de personal encuestado, 125 personas, se obtuvo los siguientes resultados:

- 68 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 54% del total.
- 12 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 10% del total encuestado.
- 30 respondieron “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 24%.
- 10 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 8%
- 5 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 4%

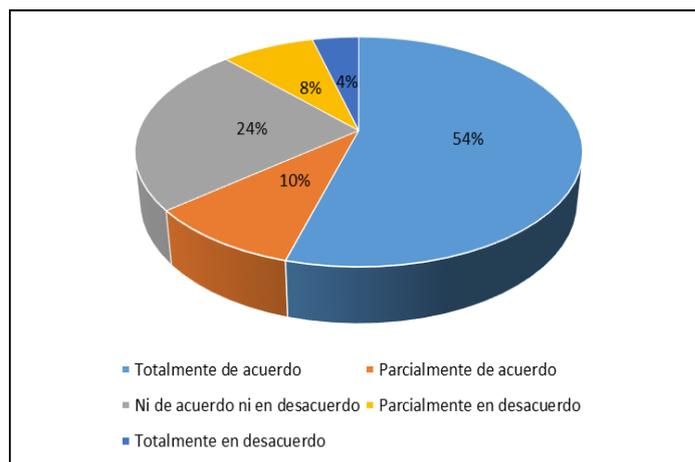
En este ítem la mayoría de los encuestados están “totalmente de acuerdo” con que el costo de conformidad permite alcanzar los resultados esperados en la producción de productos lácteos. Hubo algunos encuestados que respondieron ni de acuerdo ni en desacuerdo y otros que respondieron en desacuerdo.

**CUADRO N° 04****Costo de conformidad y resultados**

<b>Alternativa</b>	<b>Total, Parcial</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	68	54.00%
Parcialmente de acuerdo	12	10.00%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	30	24.00%
Parcialmente en desacuerdo	10	8.00%
Totalmente en desacuerdo	5	4.00%
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Gobierno Regional de Huánuco

Elaboración: Propia

**GRAFICO N° 4****Costo de conformidad y resultados**

Elaboración : propia

**4.1.5 Materia prima y la atención a los clientes****Interrogante:**

¿Está de acuerdo usted, con que el consumo de la materia prima adecuadamente tiene que ver con la atención a los clientes?

**Interpretación:**

Del total de personal encuestado, 125 personas, se obtuvo los siguientes resultados:

- 50 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 40% del total.
- 30 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 24% del total encuestado.
- 20 respondieron “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 16%.
- 18 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 14%
- 7 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 6%.

Todas las personas encuestadas consideran que el consumo de la materia prima adecuadamente tiene que ver con la atención a los clientes.

#### CUADRO N° 05

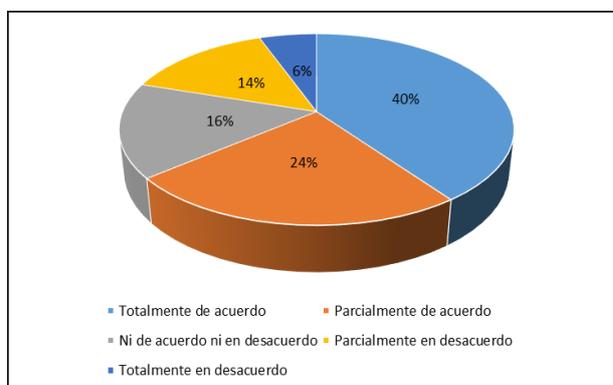
##### Materia prima y la atención a los clientes

Alternativa	Total Parcial	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	50	40.00%
Parcialmente de acuerdo	30	24.00%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	16.00%
Parcialmente en desacuerdo	18	14.00%
Totalmente en desacuerdo	7	6.00%
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración: Propia

#### GRAFICO N° 05

##### Materia prima y la atención a los clientes



Elaboración : propia

#### **4.1.6 La mano de obra y el stock asegurado**

##### **Interrogante:**

**¿Está de acuerdo usted, con que la mano de obra oportuna en la producción se relaciona con el stock asegurado de productos lácteos en la región Huánuco?**

##### **Interpretación:**

Del total de personal encuestado, 125 personas, se obtuvo los siguientes resultados:

- 40 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 32% del total.
- 40 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 32% del total encuestado.
- 15 respondieron “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 12%.
- 15 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 12%
- 15 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 12%

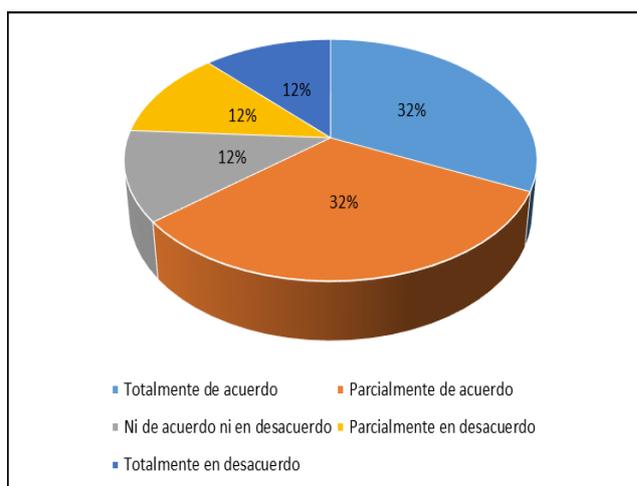
La mayoría de los participantes respondieron “totalmente de acuerdo”, que la mano de obra oportuna en la producción se relaciona con el stock asegurado de productos lácteos en la región Huánuco. Hubo algunos encuestados que respondieron ni de acuerdo ni en desacuerdo y otros que respondieron en desacuerdo.

**CUADRO N° 06****La mano de obra y el stock asegurado**

<b>Alternativa</b>	<b>Total, Parcial</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	40	32.00%
Parcialmente de acuerdo	40	32.00%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	12.00%
Parcialmente en desacuerdo	15	12.00%
Totalmente en desacuerdo	15	12.00%
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Gobierno Regional de Huánuco

Elaboración: Propia

**GRAFICO N° 06****La mano de obra y el stock asegurado**

Elaboración : propia

**4.1.7 Los gastos indirectos y las nuevas inversiones****Interrogante:**

¿Está de acuerdo usted, que los costos de los gastos indirectos contribuyen a realizar nuevas inversiones en la producción de productos lácteos en la región Huánuco?

**Interpretación:**

Del total de personal encuestado, 125 personas, se obtuvo los siguientes resultados:

- 50 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 40% del total.
- 25 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 20% del total encuestado.
- 25 respondieron “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 20%.
- 15 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 12%
- 10 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 8%

En concordancia con el ítem anterior, la mayoría de encuestados manifestaron estar de acuerdo con que los costos de los gastos indirectos contribuyen a realizar nuevas inversiones en la producción de productos lácteos en la región Huánuco. Hubo algunos encuestados que respondieron ni de acuerdo ni en desacuerdo y otros que respondieron en desacuerdo.

**CUADRO N° 07****Los gastos indirectos y las nuevas inversiones**

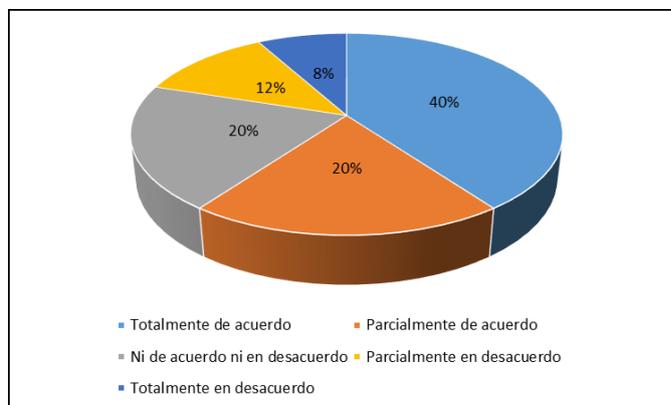
<b>Alternativa</b>	<b>Total, Parcial</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	50	40.00%
Parcialmente de acuerdo	25	20.00%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	20.00%
Parcialmente en desacuerdo	15	12.00%
Totalmente en desacuerdo	10	8.00%
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Gobierno Regional de Huánuco

Elaboración: Propia

## GRAFICO N° 07

### Los gastos indirectos y las nuevas inversiones



Elaboración : propia

#### 4.1.8 Elementos del costo mensual y la satisfacción de clientes

##### Interrogante:

¿Está de acuerdo usted, con que el importe del costo mensual de la producción de lácteos es bueno para la satisfacción de clientes en la región Huánuco?

##### Interpretación:

Del total de personal encuestado, 125 personas, se obtuvo los siguientes resultados:

- 65 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 52% del total.
- 20 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 16% del total encuestado.
- 25 respondieron “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 20.
- 12 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 10%
- 3 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 2%

De acuerdo a los resultados que se muestran, la mayoría de participantes señalaron estar “totalmente de acuerdo”, con que el importe del costo mensual de la producción de lácteos es bueno para la satisfacción de clientes en la región Huánuco.

### CUADRO N° 08

#### Elementos del costo mensual y la satisfacción de clientes

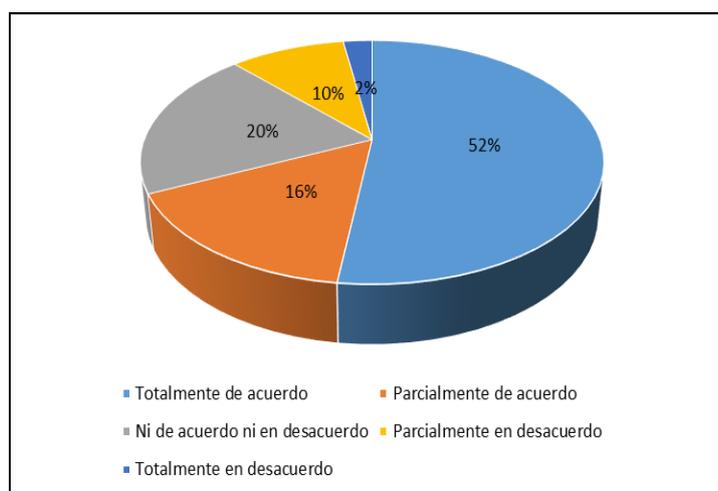
Alternativa	Total, Parcial	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	65	52.00%
Parcialmente de acuerdo	20	16.00%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	20.00%
Parcialmente en desacuerdo	12	10.00%
Totalmente en desacuerdo	3	2.00%
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Gobierno Regional de Huánuco

Elaboración: Propia

### GRAFICO N° 08

#### Elementos del costo mensual y la satisfacción de clientes



Elaboración : propia

#### **4.1.9 Estado de costo de ventas mensual y la satisfacción de empresarios**

##### **Interrogante:**

**¿Está de acuerdo usted, con que el costo de ventas mensuales de productos lácteos satisface a los empresarios de la región Huánuco?**

##### **Interpretación:**

Del total de personal encuestado, 125 personas, se obtuvo los siguientes resultados:

- 70 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 56% del total.
- 15 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 12% del total encuestado.
- 20 respondieron “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 16%.
- 15 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 12%
- 5 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 4%

Con respecto a la interrogante planteada, los participantes adujeron estar de acuerdo con que el costo de ventas mensuales de productos lácteos satisface a los empresarios de la región Huánuco. Hubo una minoría de encuestados que manifestaron no estar de acuerdo y otros se mostraron en desacuerdo.

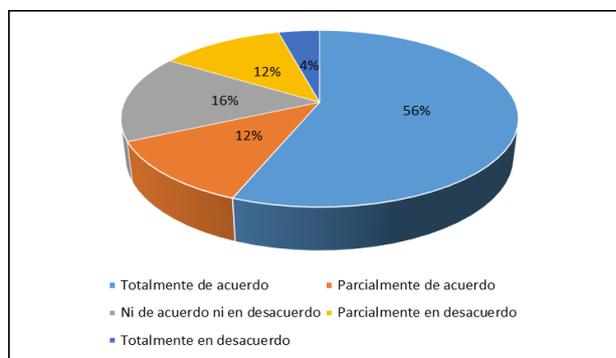
**CUADRO N° 09**  
**Estado de costo de ventas mensual y la satisfacción**  
**de empresarios**

Alternativa	Total, Parcial	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	70	56.00%
Parcialmente de acuerdo	15	12.00%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	16.00%
Parcialmente en desacuerdo	15	12.00%
Totalmente en desacuerdo	5	4.00%
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Gobierno Regional de Huánuco

Elaboración: Propia

**GRAFICO N° 09**  
**Estado de costo de ventas mensual y la satisfacción**  
**de empresarios**



Elaboración : propia

**4.1.10 Estado de costo de producción mensual y la**  
**satisfacción de proveedores**

**Interrogante:**

¿Está de acuerdo usted, con que el estado de costo de producción mensual es un buen indicador para los proveedores de productos lácteos en la región Huánuco?

**Interpretación:**

Del total de personal encuestado, 125 personas, se obtuvo los siguientes resultados:

- 80 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 64% del total.
- 5 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 4% del total encuestado.
- 25 respondieron “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 20%.
- 10 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 8%
- 5 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 4%

Como última interrogante la mayoría de encuestados manifestaron estar totalmente de acuerdo con que el estado de costo de producción mensual es un buen indicador para los proveedores de productos lácteos en la región Huánuco. Hubo una minoría de encuestados que manifestaron no estar de acuerdo y otros se mostraron en desacuerdo.

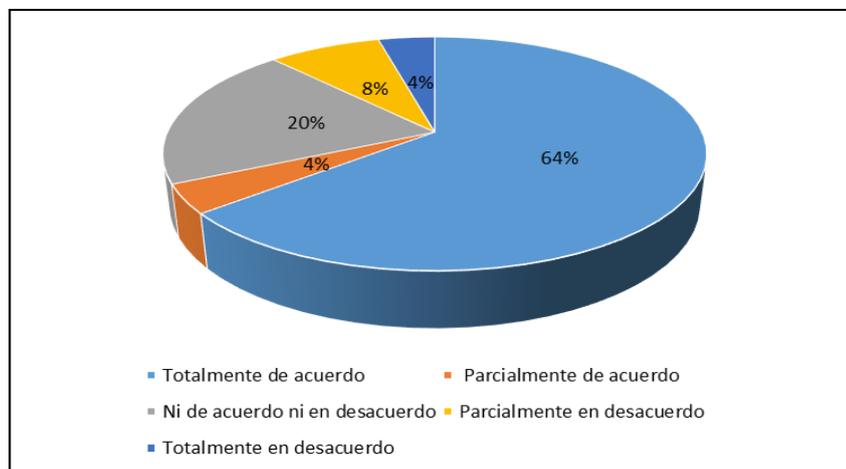
**CUADRO N° 10**  
**Estado de costo de producción mensual y la**  
**satisfacción de proveedores**

<b>Alternativa</b>	<b>Total, Parcial</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	80	64.00%
Parcialmente de acuerdo	5	4.00%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	20.00%
Parcialmente en desacuerdo	10	8.00%
Totalmente en desacuerdo	5	4.00%
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Gobierno Regional de Huánuco**

**Elaboración: Propia**

**GRAFICO N° 10**  
**Estado de costo de producción mensual y la**  
**satisfacción de proveedores**



**Elaboración : propia**

## **CAPITULO V**

### **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

#### **5.1 CONTRASTACIÓN CON LOS REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS**

**Becerra, L. (2011).**

El autor concluye en lo siguiente:

- El personal que trabaja en el local de Los Cebiches de la Rumiñahui de Carapungo en la parte operativa es polifuncional, esto quiere decir que, todos hacen todo de acuerdo al puesto asignado previamente.
- La Materia Prima utilizada en la elaboración de los menús son de excelente calidad, dichos insumos son despachados directamente por el dueño de la cadena.
- Los costos indirectos de fabricación incurridos en el funcionamiento de la cebichería no son tomados en cuenta para establecer los costos de producción.

Los resultados obtenidos confirman la hipótesis planteada que el reconocimiento de los costos para alcanzar la eficiencia en la producción y tomar decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - año 2018.

**Mera, J. (2013)****El autor concluye en lo siguiente:**

- No posee un sistema de costos específico para el área de restaurante, lo cual dificulta una fijación de precios acorde a los costos incurridos y a la utilidad deseada por sus administradores, tanto en las comidas como en las bebidas ofrecidas en su menú.
- Utiliza como técnica para fijar precios de las comidas y bebidas de su restaurante, el basarse en el mercado; cerca del 80% de hoteles que poseen restaurantes en la ciudad de Baños de Agua Santa no tiene un sistema de costos como base para un precio, además un 43,85% concuerda exactamente en estos precios; razón por la cual se han manejado concepciones erróneas y sin base para una adecuada toma de decisiones.

Los resultados obtenidos confirman la hipótesis planteada que la medición de los costos permite alcanzar la efectividad en la producción y tomar decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.

**Toribio, J. (2013).****El autor concluye en lo siguiente:**

- Se concluye que el sistema de costos de servicios diseñado influye positivamente en la rentabilidad real del Restaurant,

como se puede observar en la hoja de costos de un plato específico.

- Se ha podido concretar que la utilidad bruta es alrededor de un 22.18% del total de las ventas del año 2012, lo cual anteriormente no se podía cuantificar.
- El sistema de costos diseñado ha mejorado el proceso de elaboración de potajes, disminuyendo el tiempo y la pérdida de insumos durante el proceso.

Los resultados obtenidos confirman la hipótesis planteada que Los registros contables de los costos de producción logra la satisfacción de los usuarios para tomar decisiones acertadas en la región Huánuco - Año 2018.

## **5.2 CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL**

### **HIPÓTESIS ALTERNA**

La contabilidad de costos a través de su sistema de información contribuye a la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018

### **HIPOTESIS NULA**

La contabilidad de costos a través de su sistema de información no contribuye a la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018

### La contabilidad de costos y la toma de decisiones

VARIABLES	ESCALA				
	5	4	3	2	1
	a	b	c	d	e
1. <b>La contabilidad de costos y la toma de decisiones</b>	70	2	30	20	3
2. <b>Costo total de calidad y cumplimiento de objetivos</b>	65	15	25	15	5
3. <b>Costo de evaluación y cumplimiento de metas</b>	60	10	35	15	5
4. <b>Costo de conformidad y resultados</b>	68	12	30	10	5
5. <b>Materia prima y la atención a los clientes</b>	50	30	20	18	7
6. <b>La mano de obra y el stock asegurado</b>	40	40	15	15	15
7. <b>Los gastos indirectos y las nuevas inversiones</b>	50	25	25	15	10
8. <b>Elementos del costo mensual y la satisfacción de clientes</b>	65	20	25	12	3
9. <b>Estado de costo de ventas mensual y la satisfacción de empresarios</b>	70	15	20	15	5
10. <b>Estado de costo de producción mensual y la satisfacción de proveedores</b>	80	5	25	10	5
<b>TOTALES</b>	<b>618</b>	<b>174</b>	<b>250</b>	<b>145</b>	<b>63</b>

H1	a	b	c	d	e	N
O <sub>i</sub>	618	174	250	145	63	1250
$\sum$ E <sub>i</sub>	250	250	250	250	250	1250

$$\sum^2 = 748.776$$

Número de filas (n) = 10

Número de columnas (M) = 5

Probabilidad  $\alpha = 0.05$

Grado de Libertad,  $gl = 36$

El valor crítico de la prueba, considerando 36 grados de libertad y la probabilidad  $\alpha = 0.05$  es 50.99846017

Como la  $X^2 = 748.776 > \alpha X^2C = 50.99846017$  entonces se acepta la hipótesis planteada

#### **INTERPRETACIÓN:**

Dado que el valor calculado de la prueba  $X^2$  es mayor al valor crítico, se acepta la hipótesis planteada, a la probabilidad de  $\alpha = 0.05$ , de margen de error.

### **5.3 CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS ESPECÍFICAS**

#### **5.3.1 HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 1**

##### **HIPOTESIS ALTERNA**

El reconocimiento de los costos alcanza la eficiencia en la producción y toma decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.

##### **HIPOTESIS NULA**

El reconocimiento de los costos para alcanza la eficiencia en la producción y no toma decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.

### El reconocimiento de los costos y la eficiencia

VARIABLES	ESCALA				
	1	2	3	4	5
	a	b	c	d	e
1. <b>La contabilidad de costos y la toma de decisiones</b>	70	2	30	20	3
2. <b>Costo total de calidad y cumplimiento de objetivos</b>	65	15	25	15	5
3. <b>Costo de evaluación y cumplimiento de metas</b>	60	10	35	15	5
4. <b>Costo de conformidad y resultados</b>	68	12	30	10	5
<b>TOTAL</b>	<b>263</b>	<b>39</b>	<b>120</b>	<b>60</b>	<b>18</b>

	a	b	c	d	e	N
O <sub>i</sub>	263	39	120	60	18	500
E <sub>i</sub>	100	100	100	100	100	500

$$X^2 = 390.14$$

Número de Filas (r) = 4

Número de Columnas (C) = 5

Probabilidad  $\alpha = 0.05$

Grado de Libertad,  $gl = 12$

El valor crítico de la prueba, considerando 12 grados de libertad y la probabilidad  $\alpha = 0.05$  es **21.0260698**

Como la  $X^2 = 390.14 > \alpha X^2_C = 21.0260698$  entonces se acepta la hipótesis planteada.

### 5.3.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 2

#### HIPOTESIS ALTERNA

La medición de los costos permite alcanzar la efectividad en la producción y tomar decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.

#### HIPOTESIS NULA

La medición de los costos no permite alcanzar la efectividad en la producción y tomar decisiones acertadas en las empresas productora de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.

#### La medición de los costos y la efectividad

VARIABLES		ESCALA				
		1	2	3	4	5
		a	b	c	d	e
5.	<b>Materia prima y la atención a los clientes</b>	50	30	20	18	7
6.	<b>La mano de obra y el stock asegurado</b>	40	40	15	15	15
7.	<b>Los gastos indirectos y las nuevas inversiones</b>	50	25	25	15	10
<b>TOTALES</b>		<b>140</b>	<b>95</b>	<b>60</b>	<b>48</b>	<b>32</b>

<b>H1</b> <b>Opciones</b>	<b>a</b>	<b>b</b>	<b>c</b>	<b>d</b>	<b>e</b>	<b>N</b>
O <sub>i</sub>	140	95	60	48	32	375
E <sub>i</sub>	75	75	75	75	75	375

$$X^2 = 99.04$$

Número de Filas (r) = 3

Número de Columnas (C) = 5

Probabilidad  $\alpha = 0.05$

Grado de Libertad,  $gl = 8$

El valor crítico de la prueba, considerando 8 grados de libertad y la probabilidad  $\alpha = 0.05$  es **15.50731306**

Como la  $X^2 = 99.04 > X^2c = 15.50731306$  entonces se acepta la hipótesis planteada

### **5.3.3 HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 3**

#### **HIPOTESIS ALTERNA**

Los registros contables de los costos de producción logran la satisfacción de los usuarios para tomar decisiones acertadas en la región Huánuco - Año 2018.

#### **HIPOTESIS NULA**

Los registros contables de los costos de producción logran la satisfacción de los usuarios para tomar decisiones acertadas en la región Huánuco - Año 2018.

### El registro contable de los costos y la satisfacción

VARIABLES		ESCALA				
		1	2	3	4	5
		a	b	c	d	e
8.	<b>Elementos del costo mensual y la satisfacción de clientes</b>	65	20	25	12	3
9.	Estado de costo de ventas mensual y la satisfacción de empresarios	70	15	20	15	5
10.	Estado de costo de producción mensual y la satisfacción de proveedores	80	5	25	10	5
<b>TOTALES</b>		<b>215</b>	<b>40</b>	<b>70</b>	<b>37</b>	<b>13</b>

H1 Opciones	A	b	c	d	e	N
O <sub>i</sub>	215	40	70	37	13	375
E <sub>i</sub>	75	75	75	75	75	375

$$X^2 = 348.5066667$$

Número de Filas (r) = 3

Número de Columnas (C) = 5

Probabilidad  $\alpha = 0.05$

Grado de Libertad,  $gl = 8$

El valor crítico de la prueba, considerando 8 grados de libertad y la probabilidad  $\alpha = 0.05$  es **15.5073131**

Como la  $X^2 = 348.5066667 > X^2_c = 15.5073131$  entonces se rechaza la **H<sub>0</sub>**

## **CONCLUSIONES**

1. Se concluye que la contabilidad de costos a través de sus sistemas de información contribuye a la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.
2. Se concluye que el reconocimiento de los costos alcanza la eficiencia en la producción y toma decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.
3. Se concluye que la medición de los costos permite alcanzar la efectividad en la producción y tomar decisiones acertadas en las empresas de productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.
4. Se concluye que los registros contables de los costos de producción logran la satisfacción de los usuarios para tomar decisiones acertadas en la región Huánuco - Año 2018.

## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que los reportes de costos proporcionados a los propietarios, inversionistas o gerentes sean contundentes de tal manera que dichos funcionarios puedan tomar decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco.
2. Se recomienda que el reconocimiento de los costos permita tomar decisiones para una mejor eficiencia en la producción de empresas productoras de lácteos en la región Huánuco.
3. Se recomienda que al realizar la medición de los costos de producción se busque una mayor efectividad en la producción de las empresas productoras de lácteos de tal manera que se tomen decisiones acertadas.
4. Se recomienda que los registros contables sean oportunos para determinar los cuadros de producción y de esta manera buscar la satisfacción de los usuarios en precios y calidad del producto.

## BIBLIOGRAFÍA

### LIBROS:

1. **Claver, E. L. (2000).** Manual de administración de empresas (4a. ed.). Madrid.
2. **Chiliquina, M. (Ed.). (2007).** Costos. Ibarra, Ecuador: Editorial Offset Graficolor. Primera Edición.
3. **Diez, E. (Ed.). (2008).** Gestión de Precio. Madrid, España: Editorial Esic. Quinta Edición.
4. **García, J. (Ed.). (2007).** Contabilidad de Costos. México: Editorial Mc. Graw Hill. Tercera Edición.
5. **Gómez, O. (Ed.). (1991).** Contabilidad de Costos. Colombia: Editorial Mc. Graw Hill. Segunda Edición.
6. **Hernández Sampieri, R. (2006)** “Metodología de la Investigación”. Editorial MC GRAW – HILL – Interamericana. Cuarta Edición. México.
7. **Johnson, H. T. y Kaplan, R. S. (Ed.). (1988).** La contabilidad de costos. Auge y caída de la contabilidad de gestión. Barcelona, España: Editorial Plaza y Valdez.
8. **Kast, F. E. (1979).** Administración de las Organizaciones. Editorial Mc Graw-Hill.
9. **Koontz, H. y.** Administración. Una perspectiva Global. México: Mc. Graw Hill.

10. **Kotler, P. y Armstrong, G. (Ed.). (2004).** Dirección de Marketing. México: Editorial Pearson Educación. Décima edición.
11. **Lavolpe, A., Capasso, C. M. y Smolje, A. R. (Ed.). (2001).** La Gestión Presupuestaria. Buenos Aires, Argentina: Editorial Macchi.
12. **Molina, A. (Ed.). (2002).** Contabilidad de Costos: teoría y ejercicios. Quito, Ecuador: Editorial Talleres Gráficos de Impretec. Tercera edición.
13. **Ortega Galarza, E. T. (2005).** "Metodología de la Investigación
14. **Polineni, R., Favozzi, F. y Adelberg, A. (Ed.). (1995).** Contabilidad de Costos para Toma de Decisiones. México: Editorial Mc. Graw Hill.
15. **Samuelson, P. A. y Nordhaus, W. D. (Ed.). (2000).** Economía. México: Editorial Mc. Graw Hill.
16. **Sinisterra, G. (1997).** Fundamentos de Contabilidad Financiera y de Gestión. Cali, Colombia: Editorial Universidad del Valle.
17. **Warren, C., Reeve, J. y Fess, P. (Ed.). (2000).** Contabilidad Administrativa. México D.F., México: International Thompson Editors.
18. **Zapata, P. (Ed.). (2008).** Contabilidad General. México D.F., México: Editorial Mc. Graw Hill.

**TESIS:**

1. **Aguirre, A. (2015).** Incidencia del sistema de Presupuesto en la gestión económica y financiera en el sector de Restaurantes, de la provincia de Piura. Tesis para obtener el grado de contador público.

Trujillo, Perú. Universidad Nacional de Trujillo, Escuela de Contabilidad.

2. **Becerra, L. (2011).** Diseño e implantación de un sistema de contabilidad de costos para una franquicia de los cebiches de la Rumiñahui ubicado en el sector de Carapungo de la ciudad de Quito. Informe final de trabajo de grado, previo a la obtención del título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA. Ibarra, Ecuador: Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.
3. **García, J. (2007).** Análisis del mercado de la carne de cuy y estrategias para promover su mayor consumo – caso consumo en los restaurantes de la campiña de Huacho. Para obtener el Grado de Maestro en Marketing Agroalimentario. Huacho, Perú: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Escuela de Postgrado.
4. **Meléndez, J. & Oribe, K. (2014).** Calidad de servicio al cliente y su incidencia en la rentabilidad de las empresas del rubro restaurantes – pollerías del distrito de Tarapoto. Año 2014. Para obtener el Grado de Contador Público. Tarapoto, Perú: Universidad Nacional de San Martín, Escuela de Contabilidad.
5. **Mera, J. (2013).** Los costos y su influencia en la fijación de precios de las comidas y bebidas del Restaurante de la hostería Bascún en el año 2011. Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA. Ambato, Ecuador:

Universidad Técnica Ambato, Facultad de Contabilidad y Economía.

6. **Toribio, J. (2013).** Importancia del diseño de la estructura de costos para restaurantes de comida criolla, Trujillo 2013 - Caso Restaurant Negocios Gastronómicos J.P.S. S.A.C. Tesis para obtener el grado de contador público. Trujillo, Perú: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Escuela de Contabilidad.

# ANEXOS

**Anexo N° 1**  
**CUESTIONARIO**

**INSTRUCCIONES:**

La presente técnica de la encuesta, tiene como finalidad recabar información relacionada con la investigación sobre **LA CONTABILIDAD DE COSTOS Y SU CONTRIBUCIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE LÁCTEOS EN LA REGIÓN HUÁNUCO – AÑO 2018**; al respecto, se le solicita que frente a las preguntas que a continuación se les presentan, marque con un aspa (X) en la alternativa que usted considera correcta. Se le agradece su participación:

1. **¿Está de acuerdo usted, con que la contabilidad de costos contribuye a la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco?**

TOTALMENTE DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO

PARCIALMENTE EN DESACUERDO

TOTALMENTE EN DESACUERDO

2. **¿Está de acuerdo usted, con que el costo total de calidad de producción cumple con los objetivos de producción de productos lácteos en la región Huánuco?**

TOTALMENTE DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO

PARCIALMENTE EN DESACUERDO

TOTALMENTE EN DESACUERDO

3. **¿Está de acuerdo usted, que el costo de evaluación de la producción y el cumplimiento de metas permiten tomar decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos?**

TOTALMENTE DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO

PARCIALMENTE EN DESACUERDO

TOTALMENTE EN DESACUERDO

4. **¿Está usted de acuerdo con que el costo de conformidad permite alcanzar los resultados esperados en la producción de productos lácteos?**

TOTALMENTE DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO

PARCIALMENTE EN DESACUERDO

TOTALMENTE EN DESACUERDO

5. **¿Está de acuerdo usted, con que el consumo de la materia prima adecuadamente tiene que ver con la atención a los clientes?**

TOTALMENTE DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO

PARCIALMENTE EN DESACUERDO

TOTALMENTE EN DESACUERDO

6. **¿Está de acuerdo usted, con que la mano de obra oportuna en la producción se relaciona con el stock asegurado de productos lácteos en la región Huánuco?**

TOTALMENTE DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO

PARCIALMENTE EN DESACUERDO

TOTALMENTE EN DESACUERDO

7. **¿Está de acuerdo usted, que los costos de los gastos indirectos contribuyen a realizar nuevas inversiones en la producción de productos lácteos en la región Huánuco?**

TOTALMENTE DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO

PARCIALMENTE EN DESACUERDO

TOTALMENTE EN DESACUERDO

8. **¿Está de acuerdo usted, con que el importe del costo mensual de la producción de lácteos es bueno para la satisfacción de clientes en la región Huánuco?**

TOTALMENTE DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO

PARCIALMENTE EN DESACUERDO

TOTALMENTE EN DESACUERDO

9. **¿Está de acuerdo usted, con que el costo de ventas mensuales de productos lácteos satisface a los empresarios de la región Huánuco?**

TOTALMENTE DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO

PARCIALMENTE EN DESACUERDO

TOTALMENTE EN DESACUERDO

10. **¿Está de acuerdo usted, con que el estado de costo de producción mensual es un buen indicador para los proveedores de productos lácteos en la región Huánuco?**

TOTALMENTE DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO

PARCIALMENTE EN DESACUERDO

TOTALMENTE EN DESACUERDO

**ANEXO N°2**  
**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

**TITULO: LA CONTABILIDAD DE COSTOS Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE LÁCTEOS EN LA REGIÓN HUÁNUCO – AÑO 2018**

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES
<b>PROBLEMA GENERAL</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>HIPOTESIS GENERAL</b>		
¿De qué manera la contabilidad de costos a través de su sistema de información contribuye a la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018?	Determinar la manera la contabilidad de costos a través de su sistema de información contribuye a la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018	La contabilidad de costos a través de su sistema de información contribuye a la toma de decisiones en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE:</b> CONTABILIDAD DE COSTOS  <b>VARIABLE DEPENDIENTE:</b> TOMA DE DECISIONES	
<b>PROBLEMAS ESPECIFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>HIPOTESIS ESPECIFICAS</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>
<p><b>a.</b> ¿Qué efecto tiene el reconocimiento de los costos para alcanzar la eficiencia en la producción y tomar decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018?</p> <p><b>b.</b> ¿De qué manera la medición de los costos permite alcanzar la efectividad en la producción y tomar decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018?</p> <p><b>c.</b> ¿Cómo es que el registro contable de los costos de producción logra la satisfacción de los usuarios para tomar decisiones acertadas en la región Huánuco - Año 2018?</p>	<p><b>a.</b> Determinar el efecto que tiene el reconocimiento de los costos para alcanzar la eficiencia en la producción y tomar decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.</p> <p><b>b.</b> Determinar de qué manera la medición de los costos permite alcanzar la efectividad en la producción y tomar decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.</p> <p><b>c.</b> Analizar cómo es que el registro contable de los costos de producción logra la satisfacción de los usuarios para tomar decisiones acertadas en la provincia de Huánuco – Año 2018.</p>	<p><b>a.</b> El reconocimiento de los costos alcanza la eficiencia en la producción y toma decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.</p> <p><b>b.</b> La medición de los costos permite alcanzar la efectividad en la producción y tomar decisiones acertadas en las empresas productoras de lácteos en la región Huánuco - Año 2018.</p> <p><b>c.</b> El registro contable de los costos de producción logra la satisfacción de los usuarios para tomar decisiones acertadas en la región Huánuco - Año 2018.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocimiento de los costos</li> <li>• Eficiencia</li> <li>• Medición de los costos</li> <li>• Efectividad</li> <li>• Registro contable de los costos</li> <li>• Satisfacción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costo total de calidad</li> <li>• Costo de evaluación</li> <li>• Costo de conformidad</li> <li>• Cumplimiento de objetivos</li> <li>• Cumplimiento de metas</li> <li>• Resultados</li> <li>• Materia prima</li> <li>• Mano de obra</li> <li>• Gastos indirectos</li> <li>• Atención a clientes</li> <li>• Stock asegurada</li> <li>• Nuevas inversiones</li> <li>• Elementos del costo mensual</li> <li>• Estado de costo de ventas mensual</li> <li>• Estado de costo de producción mensual</li> <li>• Satisfacción de clientes</li> <li>• Satisfacción de empresarios</li> <li>• Satisfacción de proveedores</li> </ul>

## **NOTA BIOGRÁFICA**

**Beatriz Verónica, PARIAPAZA RODRIGUEZ**

### **DATOS PERSONALES**

**NOMBRE:** BEATRIZ VERONICA  
**APELLIDOS:** PARIAPAZA  
**RODRIGUEZ**  
**DNI:** 75277974  
**FECHA DE NACIMIENTO:** 28/08/1996  
**DOMICILIO:** PSJ. LOS ANGELES  
S/ N PILLCO MARCA – HUANUCO  
**CELULAR:** 970485942 - ENTEL  
**E-MAIL:** [pariapaza\\_1996@hotmail.com](mailto:pariapaza_1996@hotmail.com)



### **ESTUDIOS REALIZADOS**

#### **✎ Educación primaria**

Lugar : Pasco  
Año : 2002-2007  
Centro Educativo : N° 35001 Cipriano Proaño

#### **✎ Educación secundaria**

Lugar : Huánuco  
Año : 2008-2012  
Centro Educativo : Juan Velasco Alvarado

#### **✎ Educación superior**

Lugar : Huánuco  
Año : 2014-2018  
Universidad : UNHEVAL

### **FORMACION ACADEMICA**

**INSTITUCION:** UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN -  
UNHEVAL - HUANUCO

**NIVEL ALCANZADO:** BACHILLER

**CARRERA:** CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

### **CONOCIMIENTOS DE INFORMÁTICA**

- ✓ Microsoft Office a nivel basico(Word, Excel, Power Point )
- ✓ Conocimientos en programa contable FOXCONT, CONTASIS.
- ✓ Conocimientos en SIAF.
- ✓ Conocimiento en SIGA

## NOTA BIOGRÁFICA

**Luceli Joanna, CONTRERAS CAMPOS**

### DATOS PERSONALES

**NOMBRES:** LUCELI JOANNA  
**APELLIDOS:** CONTRERAS  
**CAMPOS**  
**DNI:** 70459632  
**FECHA DE NACIMIENTO:** 23/09/1997  
**DOMICILIO:** JR. LOS DURAZNOS  
N° 180  
PILLCO MARCA – HUANUCO  
**CELULAR:** 955768855 - MOVISTAR  
**E-MAIL:** [lucelicc@gmail.com](mailto:lucelicc@gmail.com)



## **ESTUDIOS REALIZADOS**

### ✎ **Educación primaria**

Lugar : Pucallpa – Pucallpa - Ucayali  
Año : 2003-2008  
Centro Educativo : N° 64012 “Miguel Grau”

### ✎ **Educación secundaria**

Lugar : Huánuco  
Año : 2009-2013  
Centro Educativo : Institución Educativa Parroquial “Pillko Marka”

### ✎ **Educación superior**

Lugar : Huánuco  
Año : 2014-2018  
Universidad : UNHEVAL

## **EXPERIENCIA LABORAL**

15/05/2018 – 15/02/2019 Estudio Jurídico Contable Carnero & Asociados S.A.C

**AREA:** CONTABILIDAD

**CARGO:** ASISTENTE CONTABLE

- ✓ Recibir, examinar, clasificar y efectuar el registro contable de documentos.
- ✓ Declarar PDT 621 IGV – RENTA y realizar el pago según código de tributo de las empresas a mi cargo.
- ✓ Declarar PDT 601 PLAME y realizar el pago de ESSALUD según planilla electrónica con el código de tributo de las empresas a mi cargo.
- ✓ Registro compra y venta de facturas y otros medios de pago establecidos de acuerdo a los procedimientos, mediante un software exclusivo de contabilidad.

- ✓ Velar por el cumplimiento de las normas establecidas en temas contables y tributarios de dichas empresas.

08/06/2017 – 09/10/2017 Municipalidad Provincial de Huánuco

**AREA:** SUB GERENCIA DE LOGÍSTICA

**CARGO:** PRACTICANTE

- ✓ Apoyo en la elaboración de cuadros comparativos.
- ✓ Apoyo en la elaboración de órdenes de compra y ordenes de servicio en el GESMUN (Software de Gestión Municipal – Gesmun 2017.4).
- ✓ Apoyo en el registro al SIAF (Sistema Integrado de Administración Financiera) en la fase de compromiso.

#### **FORMACION ACADÉMICA**

**INSTITUCION:** UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN - UNHEVAL - HUÁNUCO

**NIVEL ALCANZADO:** BACHILLER

**CARRERA:** CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

#### **CONOCIMIENTOS DE INFORMATICA**

- ✓ Microsoft Office a nivel básico (Word, Excel, Power Point).
- ✓ Conocimientos en programa contable AD-SOFT.
- ✓ Conocimientos en SIAF.

#### **INFORMACIÓN ADICIONAL**

- ✓ Participación en el curso de Sistema Integrado de Administración Financiera-SIAF, realizado el 28 de febrero al 03 de marzo del 2019.
- ✓ Participación en el Seminario denominado Seguridad y Salud en el Trabajo 2018, realizado el 29 de mayo del 2018.
- ✓ Participación en el Encuentro Universitario de Tributación y Aduanas 2018, realizado el 20 de abril DE 2018.
- ✓ Participación en el I CONAPYMES 2016, organizado por el Colegio de Contadores Públicos de Huánuco y La Junta de Decanos de Colegios de Contadores Públicos del Perú, realizado el 22 y 23 de junio de 2016.

## **NOTA BIOGRÁFICA**

**Mariana Luzmila, GALLARDO GODOY**

### **DATOS PERSONALES**

**NOMBRE:** MARIANA LUZMILA  
**APELLIDOS:** GALLARDO GODOY  
**DNI:** 75242553  
**FECHA DE NACIMIENTO:** 06/01/1998  
**DOMICILIO:** AV. LOS LAURELES N° 400 – AMARILIS -  
HUANUCO  
**CELULAR:** 972260736 - CLARO  
**E-MAIL:** [mqg\\_0698@hotmail.com](mailto:mqg_0698@hotmail.com)



## **ESTUDIOS REALIZADOS**

### **✎ Educación primaria**

Lugar : Huánuco – Huánuco – Huánuco  
Año : 2008  
Centro Educativo : I.E.P. “Amadeus Mozart”

### **✎ Educación secundaria**

Lugar : Huánuco – Huánuco – Huánuco  
Año : 2009-2013  
Centro Educativo : I.E.P. “Amadeus Mozart”

### **✎ Educación superior**

Lugar : Huánuco  
Año : 2014-2018  
Universidad : Universidad Nacional Hermilio Valdizan

## **EXPERIENCIA LABORAL**

- ASISTENTE CONTABLE EN LA CONSTRUCTORA “PRACTIOBRAS E.I.R.L” DE ENERO A JULIO DEL 2017.
  - ✓ Atención y trato cordial a los clientes.
  - ✓ Realización de pagos al personal.
  - ✓ Elaborar y verificar las relaciones de ingresos y gastos.
  - ✓ Realizar el control de inventario.
  - ✓ Apoyo en el ordenamiento de almacén.

- ✓ Realización de otras órdenes asignadas.
- ASISTENTE ADMINISTRATIVO EN LA “DIRECCIÓN REGIONAL DE VIVIENDA, CONSTRUCCIÓN Y SANEAMIENTO – GOREHCO” DE 01 DE ABRIL A 30 DE JUNIO DEL 2018
    - ✓ Elaborar pedidos de compra y pedidos de servicio a través del Sistema Integrado de Gestión Administrativa (SIGA).
    - ✓ Apoyo en la elaboración de solicitudes de viáticos y sus respectivas rendiciones
    - ✓ Redacción de oficios, informes y otros documentos que solicite el jefe inmediato.
    - ✓ Realizar el archivamiento de documentos en el área de administración.
    - ✓ Realizar el seguimiento a los documentos en trámite en el GOREHCO.
  - ASISTENTE CONTABLE EN EL ESTUDIO CONTABLE “YEZENIA AMELIA” – DEL 15 DE FEBRERO HASTA LA ACTUALIDAD.
    - ✓ Apoyo en el registro de compras y ventas de las empresas, a través del sistema FOXCONT.
    - ✓ Apoyo en la elaboración de los PDT y el pago de estos.
    - ✓ Apoyo en la realización de balances anuales.
    - ✓ Otras ordenes que asigne el Jefe Inmediato.

#### **FORMACION ACADEMICA**

**INSTITUCION:** UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN  
- UNHEVAL - HUANUCO

**NIVEL ALCANZADO:** BACHILLER

**CARRERA:** CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

#### **CONOCIMIENTOS DE INFORMATICA**

- ✓ Ofimática Basica (Word, Excel, Power Point )

#### **INFORMACIÓN ADICIONAL**

- Primer encuentro de alcaldes y ATM’s para el tratamiento de agua clorada – GOREHCO – DICIEMBRE 2017.
- Encuentro universitario de tributacion y aduanas 2018 – SUNAT – ABRIL 2018.
- Seminario denominado seguridad y salud en el trabajo, con el tema “ACCIDENTES DE TRABAJO” - SUNAFIL– 19 DE MAYO DEL 2018.
- Seminario taller “NUEVAS TENDENCIAS TRIBUTARIA, LABORAL Y EMPRESARIAL 2018” – Colegio de contadores – NOVIEMBRE 2018.

- Taller ABE “ASESORIA PARA LA BUSQUEDA DE EMPLEO” – Dirección regional de trabajo y promoción de empleo – NOVIEMBRE 2018.
- Seminario “BENEFICIOS SOCIALES (GRATIFICACIONES) Y SEGURO VIDA LEY” – Dirección regional de trabajo y promoción del empleo – ENERO 2019.



"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN  
HUÁNUCO-PERÚ  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS  
DECANATO



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

En la Ciudad Universitaria de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, sito en Cayhuayna - Píllico Marca, a los 02 días del mes julio 2019, a horas 10:00 a.m., se reunieron en la Sala de Grados de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, ubicada en el Pabellón N° 4, Segundo Piso, el Jurado de Tesis de la Tesis titulada: "LA CONTABILIDAD DE COSTOS Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE LACTEOS EN LA REGIÓN HUÁNUCO-PERÍODO 2018"; de la bachiller MARIANA LUZMILA GALLARDO GODOY designado con la Resolución N° 0593-2019-UNHEVAL-FCCyF-D, del 05.JUN.2019, procedieron a dar inicio el acto público de sustentación para obtener el Título Profesional de Contador Público; siendo los miembros del Jurado de Tesis los siguientes docentes:

Dr. Eimer Jaimes Ormonte	Presidente
Mg. Teodomiro Arias Flores	Secretario
Dr. Aember Angulo Chávez	Vocal

Finalizada la sustentación de la tesis, se procedió a evaluar y calificar al tesista, obteniendo el resultado siguiente:

APROBADO POR

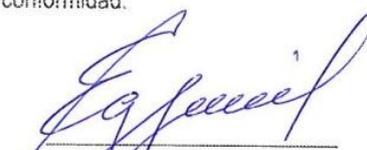
Unanimidad

DESAPROBADO POR

\_\_\_\_\_

En consecuencia, de acuerdo al Artículo 31° del Reglamento de Grados y Títulos de la UNHEVAL, y al Art. 30° del Reglamento Interno de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, la sustentante ha obtenido la nota de Quince (15), considerándose el calificativo de: Bueno.

Finalmente se dio por concluido el acto público de sustentación a horas 12:30 pm. firmando el presente en señal de conformidad.

  
PRESIDENTE  
DNI N° 22412223

  
SECRETARIO  
DNI N° 20713452

  
VOCAL  
DNI N° 25808885



"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN  
HUÁNUCO-PERÚ  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS  
DECANATO



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

En la Ciudad Universitaria de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, sito en Cayhuayna - Pillco Marca, a los 02 días del mes julio 2019, a horas 10:00 a.m., se reunieron en la Sala de Grados de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, ubicada en el Pabellón N° 4, Segundo Piso, el Jurado de Tesis de la Tesis titulada: "LA CONTABILIDAD DE COSTOS Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE LACTEOS EN LA REGIÓN HUÁNUCO-PERÍODO 2018"; de la bachiller LUCELI JOANNA CONTRERAS CAMPOS designado con la Resolución N° 0593-2019-UNHEVAL-FCCyF-D, del 05.JUN.2019, procedieron a dar inicio el acto público de sustentación para obtener el Título Profesional de Contador Público; siendo los miembros del Jurado de Tesis los siguientes docentes:

Dr. Elmer Jaimes Omonte	Presidente
Mg. Teodomiro Arias Flores	Secretario
Dr. Alamber Anguio Chávez	Vocal

Finalizada la sustentación de la tesis, se procedió a evaluar y calificar al tesista, obteniendo el resultado siguiente:

APROBADO POR

Juanismidad

DESAPROBADO POR

\_\_\_\_\_

En consecuencia, de acuerdo al Artículo 31° del Reglamento de Grados y Títulos de la UNHEVAL, y al Art. 30° del Reglamento Interno de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, la sustentante ha obtenido la nota de Quince (15), considerándose el calificativo de: Bueno.

Finalmente se dio por concluido el acto público de sustentación a horas 12.30 pm, firmando el presente en señal de conformidad.

Espinoza  
PRESIDENTE  
DNI N° 22412223

[Signature]  
SECRETARIO  
DNI N° 80713418

[Signature]  
VOCAL  
DNI N° 25808885



"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN  
HUÁNUCO-PERÚ  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS  
DECANATO



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

En la Ciudad Universitaria de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, sito en Cayhuayna - Pillico Marca, a los 02 días del mes julio 2019, a horas 10:00 a.m., se reunieron en la Sala de Grados de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, ubicada en el Pabellón N° 4, Segundo Piso, el Jurado de Tesis de la Tesis titulada: "LA CONTABILIDAD DE COSTOS Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE LACTEOS EN LA REGIÓN HUÁNUCO-PERÍODO 2018"; de la bachiller BEATRIZ VERONICA PARIAPAZA RODRIGUEZ designado con la Resolución N° 0593-2019-UNHEVAL-FCCyF-D, del 05.JUN.2019, procedieron a dar inicio el acto público de sustentación para obtener el Título Profesional de Contador Público; siendo los miembros del Jurado de Tesis los siguientes docentes:

Dr. Elmer Jaimes Omonte	Presidente
Mg. Teodomiro Arias Flores	Secretario
Dr. Alembert Anguio Chávez	Vocal

Finalizada la sustentación de la tesis, se procedió a evaluar y calificar al tesista, obteniendo el resultado siguiente:

APROBADO POR

Unanimidad

DESAPROBADO POR

\_\_\_\_\_

En consecuencia, de acuerdo al Artículo 31° del Reglamento de Grados y Títulos de la UNHEVAL, y al Art. 30° del Reglamento Interno de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, la sustentante ha obtenido la nota de Quince (15), considerándose el calificativo de: Bueno.

Finalmente se dio por concluido el acto público de sustentación a horas 12:30 p.m. firmando el presente en señal de conformidad.

Español  
PRESIDENTE  
DNI N° 22412223

[Firma]  
SECRETARIO  
DNI N° 20913458

[Firma]  
VOCAL  
DNI N° 25808885



"AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL"  
UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN  
HUÁNUCO-PERÚ



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS  
DECANATO

RESOLUCIÓN N° 1068-2018-UNHEVAL-FCCyF-D

Cayhuayna, 31 de diciembre de 2018.

VISTO, la Solicitud de fecha 31.DIC.18, **Reg. 3290**, presentada por las alumnas Luceli Joanna CONTRERAS CAMPOS, Mariana Luzmila GALLARDO GODOY y Beatriz Verónica PARIAPAZA RODRIGUEZ de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, pidiendo nombramiento de Asesor de Tesis para la elaboración de la tesis;

**CONSIDERANDO:**

Que, mediante la Resolución N° 052-2016-UNHEVAL-CEU, del 26.AGO.2016, se proclama y acredita al **Dr. Cayto Didi MIRAVAL TARAZONA**, como Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras de la UNHEVAL, a partir del 02.SET.2016 hasta el 01.SET.2020;

Que, en mérito al Reglamento de Grados y Títulos, en el Capítulo IV, DE LA MODALIDAD DE TESIS, Artículo 13° refiere: *"El alumno que va a obtener el título profesional por la modalidad de tesis debe presentar, en el último año de estudios de su carrera profesional, el Proyecto de Tesis, con el visto bueno del profesor de la asignatura de tesis o similar, solicitando al Decano de la Facultad el nombramiento de un Asesor de Tesis"*;

Que, con la Solicitud de fecha 31.DIC.18, las alumnas Luceli Joanna CONTRERAS CAMPOS, Mariana Luzmila GALLARDO GODOY y Beatriz Verónica PARIAPAZA RODRIGUEZ de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, pide nombramiento de Asesor de Tesis para la elaboración de su Tesis;

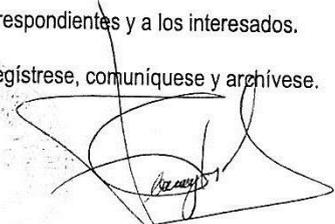
Que, revisado el cumplimiento de los requisitos estipulados en el Reglamento de Grados y Títulos de la UNHEVAL y en el Reglamento Interno de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, el Decano de la Facultad considera procedente atender la petición de los recurrentes y dispone el nombramiento del Asesor de Tesis al docente Mg. Josué Canchari de la Cruz;

Estando a las atribuciones conferidas al Decano de Facultad de Ciencias Contables y Financieras por la Ley Universitaria N° 30220, y a los reglamentos internos;

**SE RESUELVE:**

- 1° **NOMBRAR** al docente Mg. Josué Canchari de la Cruz como **ASESOR de TESIS**, de las alumnas Luceli Joanna CONTRERAS CAMPOS, Mariana Luzmila GALLARDO GODOY y Beatriz Verónica PARIAPAZA RODRIGUEZ, de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, encargado de asesorar la elaboración de la tesis colectiva; por lo expuesto en los considerandos de la presente Resolución.
- 2° **DAR A CONOCER** a las instancias correspondientes y a los interesados.

Regístrese, comuníquese y archívese.

  
DR. CAYTO DIDÍ MIRAVAL TARAZONA  
DECANO

**Distribución:**

Asesor  
Interesados  
Archivo

RLC/sec.

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN		REGLAMENTO DE REGISTRO DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR GRADOS ACÁDEMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES		
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN	RESPONSABLE DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UNHEVAL	VERSION	FECHA	PAGINA
	OFICINA DE BIBLIOTECA CENTRAL	0.0	06/01/2017	1 de 2

## ANEXO 2

### AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TESIS ELECTRÓNICAS DE PREGRADO

#### 1. IDENTIFICACIÓN PERSONAL (especificar los datos de los autores de la tesis)

Apellidos y Nombres: Contreras Campos, Luceli Joanna

DNI: 70459632 Correo electrónico: lucelicc@gmail.com

Teléfonos: Casa \_\_\_\_\_ Celular 955768855 Oficina \_\_\_\_\_

Apellidos y Nombres: Gallardo Godoy, Mariana Luzmila

DNI: 75242553 Correo electrónico: mgg-0698@hotmail.com

Teléfonos: Casa \_\_\_\_\_ Celular 972260736 Oficina \_\_\_\_\_

Apellidos y Nombres: Pariapaza Rodriguez, Beatriz Verónica

DNI: 75277974 Correo electrónico: pariapaza-1996@hotmail.com

Teléfonos: Casa \_\_\_\_\_ Celular 970485942 Oficina \_\_\_\_\_

#### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Pregrado	
Facultad de:	<u>Ciencias Contables y Financieras</u>
E. P. :	<u>Ciencias Contables y Financieras</u>

Título Profesional obtenido:

Contador Público

Título de la tesis:

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN		REGLAMENTO DE REGISTRO DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR GRADOS ACÁDEMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES			
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN		RESPONSABLE DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UNHEVAL	VERSION	FECHA	PAGINA
		OFICINA DE BIBLIOTECA CENTRAL	0.0	06/01/2017	2 de 2

La contabilidad de costos y su contribución en la toma de decisiones de las empresas productoras de lácteos en la Región Huánuco - Periodo 2018.

Tipo de acceso que autoriza(n) el (los) autor(es):

Marcar "X"	Categoría de Acceso	Descripción del Acceso
X	PÚBLICO	Es público y accesible al documento a texto completo por cualquier tipo de usuario que consulta el repositorio.
	RESTRINGIDO	Solo permite el acceso al registro del metadato con información básica, más no al texto completo

Al elegir la opción "Público", a través de la presente autorizo o autorizamos de manera gratuita al Repositorio Institucional – UNHEVAL, a publicar la versión electrónica de esta tesis en el Portal Web [repositorio.unheval.edu.pe](http://repositorio.unheval.edu.pe), por un plazo indefinido, consintiendo que con dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas páginas de manera gratuita, pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla, siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente.

En caso haya(n) marcado la opción "Restringido", por favor detallar las razones por las que se eligió este tipo de acceso:

Asimismo, pedimos indicar el periodo de tiempo en que la tesis tendría el tipo de acceso restringido:

- ( ) 1 año
- ( ) 2 años
- ( ) 3 años
- ( ) 4 años

Luego del periodo señalado por usted(es), automáticamente la tesis pasará a ser de acceso público.

Fecha de firma: 05 de Julio del 2019

Firma del autor y/o autores:

  
70459632

  
75242353

  
75277974