



Costos de producción en la determinación de precios del chocolate pasta de cacao y su incidencia económica

Production costs in determining prices of chocolate cocoa paste and its economic impact

Custos de produção na determinação dos preços do chocolate em pasta de cacau e o seu impacto económico

Joselyn Massiel Bastidas-Checa ^I
joselyn.bastidas4884@utc.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0003-9536-5386>

María Dolores Palma-Arroyo ^{II}
maria.palma9050@utc.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0005-4404-9628>

Rosa Marjorie Torres-Briones ^{III}
rosa.torres@utc.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-5661-3605>

Pedro Enrique Díaz-Córdova ^{IV}
pedro.diaz0606@utc.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-3416-5033>

Correspondencia: joselyn.bastidas4884@utc.edu.ec

Ciencias de la Educación
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 24 de mayo de 2024 * **Aceptado:** 03 de junio de 2024 * **Publicado:** 04 de julio de 2024

- I. Investigador Independiente, Ecuador.
- II. Investigador Independiente, Ecuador.
- III. Contador Público Autorizado, Magíster en Contabilidad y Auditoría, Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador.
- IV. Ing. En Banca y Finanzas, Mg. En Contabilidad y Auditoría, Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador.

Resumen

Cantón Pangua, el objeto de esta investigación es determinar la incidencia económica del chocolate, el problema de la asociación radicó en la carencia de conocimientos al llevar a cabo los costos y la rentabilidad económica de la asociación. Empleando los métodos inductivo, deductivo, cualitativo, cuantitativo y de estadísticas. También se implementó la técnica de la encuesta adquiriendo datos cuantitativos que permiten la verificación del registro de la contabilidad de los costos de la asociación. Se observó que de los resultados esenciales que se obtuvo de la investigación por la producción de 550 pastas de cacao amargo proporcionando detalladamente los costos de producción dando un valor de \$883,00, estimando a la utilidad de 0,39 ctvs cada pasta de chocolate. A su vez generando el precio de venta de cada pasta de chocolate a un valor correspondiente de \$2,00 a través de los indicadores del margen neto se establece un porcentaje de 15,75% considerado favorable para el crecimiento económico de la asociación. Además, se pudo identificar en el estado de resultados proyectados un incremento del 10% en las ventas considerado un porcentaje adecuado en el crecimiento económico.

Palabras Clave: Costos por órdenes de producción; Determinación de precios; Empresas de chocolate; Rentabilidad.

Abstract

Pangua Canton, the purpose of this research is to determine the economic impact of chocolate, the problem of the association was the lack of knowledge when carrying out the costs and economic profitability of the association. Using inductive, deductive, qualitative, quantitative and statistical methods. The survey technique was also implemented, acquiring quantitative data that allows verification of the association's cost accounting record. It was observed that the essential results obtained from the investigation for the production of 550 bitter cocoa pastes provided in detail the production costs giving a value of \$883.00, estimating the profit of 0.39 cents each chocolate paste. In turn, generating the sales price of each chocolate paste at a corresponding value of \$2.00 through the net margin indicators, a percentage of 15.75% is established, considered favorable for the economic growth of the association. In addition, a 10% increase in sales could be identified in the projected income statement, considered an adequate percentage of economic growth.

Keywords: Costs for production orders; Price determination; Chocolate companies; Cost effectiveness.

Resumo

Pangua Canton, o objetivo desta pesquisa é determinar o impacto económico do chocolate, o problema da associação era a falta de conhecimento na hora de realizar os custos e a rentabilidade económica da associação. Utilizando métodos indutivos, dedutivos, qualitativos, quantitativos e estatísticos. Foi também implementada a técnica de levantamento, adquirindo dados quantitativos que permitem a verificação do registo da contabilidade analítica da associação. Observou-se que os resultados essenciais obtidos na investigação para a produção de 550 pastas de cacau negro forneceram detalhadamente os custos de produção dando um valor de \$883,00, estimando o lucro de 0,39 cêntimos cada pasta de chocolate. Por sua vez, gerando o preço de venda de cada pasta de chocolate no valor correspondente de US\$ 2,00 através dos indicadores de margem líquida, estabelece-se uma percentagem de 15,75%, considerada favorável ao crescimento económico da associação. Além disso, foi possível identificar um aumento de 10% nas vendas na demonstração de resultados projetada, considerada uma percentagem adequada de crescimento económico.

Palavras-chave: Custos das ordens de produção; Determinação de preços; Empresas de chocolate; Eficácia de custos.

Introducción

Ecuador, un país con abundancia de productos naturales como el cacao, conocido como "pepitas de oro", presenta un problema de investigación que busca reducir costos de producción, comprimir y determinar el precio del chocolate en Rusia. ASOLOMON puede considerar diversos aspectos, como la incertidumbre de los costos de producción, la incertidumbre de los precios, el impacto en la rentabilidad, y la sostenibilidad económica y social. Asimismo, se llega al siguiente objetivo determinar los costos de producción y establecer estrategias de fijación de precios para el chocolate elaborado por la Asociación de Producción Alimenticia Asociación de Mujeres la Montañita, con el fin de mejorar su rentabilidad económica y contribuir a su sostenibilidad a largo plazo.

Igualmente, es necesario desglosar el precio de los materiales, la mano de obra y otros gastos indirectos de producción ya que es crucial para la contabilidad y para calcular las ganancias o pérdidas por unidad de producto vendido. Basándose en los resultados, se hacen pronósticos a largo

plazo para identificar oportunidades futuras y se llevan a cabo cálculos de ganancias para detallar los márgenes económicos, las ventas, las ganancias netas, las ganancias brutas y las ganancias netas, lo que facilita la toma de decisiones a corto y largo plazo para beneficiar a la asociación ASALOMON.

Los métodos utilizados son el inductivo, deductivo, cualitativo, cuantitativo y estadísticas estos métodos permitió obtener resultados confiables y relevantes que tiene como propósito verificar ciertos conceptos básicos los cuales son fundamentales para el cálculo y la determinación de un precio individual que debe tener un producto terminado, además de tener conocimiento de la determinación de precios que son las “medidas que se emplean para establecer el precio idóneo al que se ofrece un producto” (Flórez Rodríguez y Romero Cárdenas , 2022). Por esa razón se realizó el cálculo de la creación de 550 unidades de chocolates amargos los cuales se especificó que es por órdenes de producción.

Conforme a Samaniego (2020), señalo que la contabilidad de costos implica la correcta clasificación, registro y asignación de los costos, con el fin de determinar los costos de producción de bienes y servicios de una empresa y establecer el precio de venta para obtener la utilidad marginal esperada.

Según Culcay (2022), indica que la contabilidad de costos es un sistema organizado que utiliza principios contables generales para registrar los costos de las exportaciones de una empresa, permitiendo a los gerentes determinar el costo unitario y total de los bienes producidos a través de las cuentas utilizadas para las actividades de producción, administración y ventas.

De acuerdo con López (2019), plantea que “costos es una inversión, que se hace directamente en el departamento de producción, en consecuencia, es un valor recuperable e inventariable, el gasto está relacionado directamente con los departamentos de administración, ventas y con los servicios” (p13).

Elementos del costo

Materia prima Directa

Según Revelo (2019), propone que “constituye el insumo esencial sometido a procesos de transformación de forma o de fondo con el fin de obtener un producto terminado o semielaborado. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto elaborado” (p20).

Conforme a Naranjo (2019), alude que “la materia prima directa es aquel tipo de insumo que se utiliza directamente en el proceso de fabricación de un producto y se puede identificar y cuantificar fácilmente en el producto terminado” (p.105).

Mano de obra directa

De acuerdo con Rios (2020), se hace mención a las labores realizadas por las personas durante la fabricación de productos desde materias primas. Los costos laborales incluyen los sueldos, salarios y beneficios que la empresa paga a sus empleados, así como las obligaciones asociadas a estos pagos; Es importante categorizarlos correctamente. El trabajo directo es la labor humana que se involucra de forma directa en la conversión de materias primas en productos finales.

Costos indirectos de fabricación

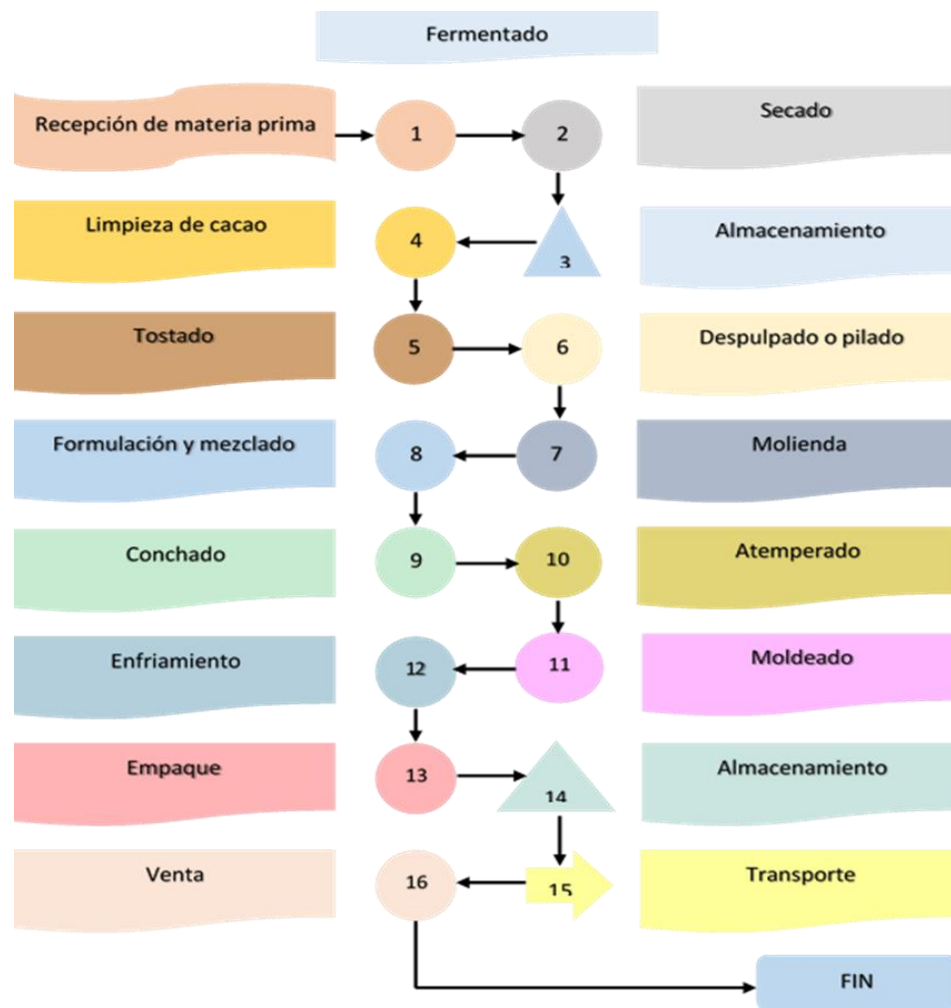
Según Chiriboga (2019), en otras palabras, se trata del tercer factor clave en el coste total del producto final necesario para fabricar un artículo y abarca gastos como los servicios públicos (agua, electricidad, teléfono), alquiler y equipamiento, entre otros. En conjunto con los materiales indirectos y la mano de obra indirecta, conforman un conjunto conocido como costos indirectos de producción.

Empresas de chocolate

De acuerdo con García (2021), sostiene que el cacao es una fruta tropical, empleada en varios productos alimenticios, siendo el chocolate el más destacado por su exquisito sabor y valor nutricional.

El chocolate es un alimento derivado del cacao, que se obtiene a partir de la producción del cacao y un estricto proceso de calidad para obtener un sabor de alta calidad y chocolate artesanal es un derivado del cacao, se caracteriza por su aroma, textura e intenso sabor y por contar con una concentración igual o mayor a 70% de cacao. La producción de cacao se desarrolla de acuerdo a la región y el producto que se desee, proceso para el cual se cuenta con el apoyo de las asociaciones de pequeños y medianos comercializadores, transformadores de cacao en chocolate y Chocolateros.

Figura 1: Flujograma de proceso de la elaboración del chocolate



Nota: Representa el flujograma de proceso de la elaboración del chocolate, tomado de (Chanaluisa Oña y Zhingre Sánchez, 2021).

Detalles del flujograma

Proceso de limpieza del cacao: Se trata de remover de forma manual la suciedad y cualquier elemento que no sea la semilla de cacao.

Pre-cocido y cocido al mismo tiempo: Es común en la industria. El objetivo es tostar el cacao durante unos minutos para desprender la cáscara.

Descascarado: esta acción implica la remoción de la cáscara de los granos para producir semillas (cacao con cáscara).

Trituración: Este procedimiento consiste en triturar el cacao refinado con el objetivo de producir un cacao en polvo más delicado.

Proceso de cocinar y combinar: Etapa en la que se incorpora y se mezcla el licor de cacao (a través de la molienda).

Refinación: Proceso donde los componentes disminuyen el tamaño de las partículas de la pasta.

Conchado: El proceso de mezclar la masa hace que el helado de chocolate sea más delicioso.

Templado: es el procedimiento que proporciona al chocolate su máxima capacidad de resistencia al calor.

Enfriamiento: Proceso en el cual la pasta se solidifica mediante enfriamiento, el moldeado se hace a mano y luego se enfría en la nevera.

Proceso de empacado: Puede llevarse a cabo de diversas maneras, como a través de métodos manuales, sellado, envoltura o uso de cajas (Chanaluisa Oña y Zhingre Sánchez, 2021).

Rentabilidad

Se ha mencionado previamente que la utilidad se considera un indicador de eficiencia que refleja la efectividad de las estrategias implementadas por una empresa en su entorno económico. Debido a esto, es posible comparar empresas en el mismo sector e incluso entre sectores para observar el rendimiento y las tendencias estructurales en relación con otras industrias

El beneficio económico es visto como una forma de evaluar la eficacia de los recursos de una compañía para generar valor, sin importar la forma en que sean financiados, permitiendo comparar beneficios entre empresas sin resaltar las disparidades en los pagos. Las distintas configuraciones financieras se ven reflejadas en los pagos, influenciando el nivel de beneficio.

Según Villasmila (2020), sostiene que el Índice de Rentabilidad Económica se determina al dividir las ganancias antes de intereses e impuestos (BAI) entre los activos totales, luego se multiplica por 100 para obtener el porcentaje. Un valor más alto indicará una mayor tasa de rendimiento de los activos, lo que significa que este indicador de beneficio revela las ganancias logradas a partir de los activos sin considerar los costos de financiamiento de la empresa.

Fórmula de la rentabilidad económica

De acuerdo con Vidarte y Veliz (2020), se menciona la rentabilidad económica (ER) como un medidor de la administración de negocios, en el cual se evalúan los activos y la independencia financiera para determinar si la empresa es rentable o no. Este indicador determina si la empresa se ve afectada por indicadores económicos positivos o negativos, así como por la implementación

adecuada o inadecuada de la política fiscal. Es determinado a partir del desempeño de las ventas y la rotación de activos.

Fórmula de rentabilidad económica

Clasificación de los indicadores financieros

Beneficio neto sobre ingresos

Este indicador permite determinar el beneficio obtenido en cada local que vende la empresa (Valenzuela , 2020).

Fórmula de rentabilidad neta sobre las ventas

Este indicador se utiliza para analizar el desempeño económico de la empresa y evaluar la rentabilidad de sus productos o servicios.

Margen Bruto:

Este índice permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades (Suárez K. , 2021).

Fórmula de margen bruto:

El margen bruto es un índice financiero que permite evaluar la rentabilidad de las ventas de una empresa en relación con los costos de venta.

Margen Neto:

Este indicador permite conocer la rentabilidad de las ventas en comparación con el costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y obtener ganancias (Suárez K. , 2021).

Proyecciones

Según Mariño (2023), señaló que el análisis económico es crucial para determinar la viabilidad financiera de un proyecto. Calculando los flujos de caja futuros es posible determinar parámetros financieros clave como el umbral de rentabilidad, el rendimiento de la inversión (ROI) y el periodo de recuperación. Estos parámetros ayudan a determinar si un proyecto es financieramente viable y producirá beneficios a largo plazo.

De acuerdo con Apolo (2022), sostiene que “las proyecciones financieras son un mecanismo efectivo para poder reconocer cuáles serían las posibles amenazas de ingresos, así como también los derivados de crisis y problemas con el entorno” (p.20).

Conforme Carrillo (2021), indica que las previsiones financieras suelen comprender diversos estados financieros, como el estado de resultados, el balance y el flujo de efectivo. Estos estados financieros ayudan a anticipar cuánto dinero se requerirá para financiar la empresa y cuánto se espera vender y ganar.

Desde el punto de vista de Castro Y Monserrate (2021), señala que el adecuado porcentaje para realizar proyecciones anuales de una asociación es el 10%, debido a que son microemprendedores y no una organización grande por ende el estado de resultado económico no es muy amplio como el de una empresa grande.

Metodología

El estudio de investigación emplea una combinación de métodos de investigación, utilizando diferentes enfoques para analizar exhaustivamente la investigación. En esta investigación se realizará un trabajo de campo para recolectar datos específicos que serán clave para el estudio. La bibliografía proporcionará información relevante y se analizarán los factores que influyen en los datos recopilados, además de caracterizar a la población a través de la investigación descriptiva. Dentro de los métodos implementaremos el inductivo, deductivo, cualitativo, cuantitativo y de estadísticas. estos métodos permitirán abordar aspectos numéricos aportando resultados confiables y relevantes.

La ejecución en la recolección de datos se tomará en cuenta a todas las socias de la ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN ALIMENTICIA ASOCIACIÓN DE MUJERES LA MONTAÑITA (ASOLAMON) llegando a ser quince personas que forman parte de esta organización, mediante la formulación de preguntas como herramienta fundamental para obtener información garantizando la obtención de resultados correctos y significativos, por medio de un cuestionario se resaltaré la información a evaluar para posteriormente realizar el respectivo análisis de la determinación de precios y su incidencia económica.

Resultados

Información Básica de la Asociación

Razón Social: Asociación de Producción Alimenticia Asociación de Mujeres La Montañita ASOLAMON

Provincia: Cotopaxi

Cantón: Pangua

Parroquia: Moraspungo

Recinto: Las Peñas

Determinación de costos por orden de producción:

Costos para la fabricación de 550 pastas de cacao amargo la cual ha sido realizada bajo orden de producción a la asociación ASOLAMON.

Materia Prima Directa y Mano de Obra Directa:

En la fabricación de chocolate se efectúan múltiples cálculos que consideran los insumos directos y la mano de obra directa, elementos clave en la elaboración del producto.

Tabla 1: Materia prima directa y mano de obra directa a utilizarse

MATERIA PRIMA DIRECTA			
Producto	Cantidad	Precio Unitario	Total
Licor de cacao (gramos)	55000	\$ 0,01	\$ 304,26
TOTAL MP			\$ 304,26
MANO DE OBRA			
Detalle	Horas	Valor de hora	Total
Refinadora	6	\$ 2,81	\$ 16,86
Atemperado	6	\$ 2,81	\$ 16,86
Envasado	36	\$ 2,81	\$ 101,16
Empacado	18	\$ 2,81	\$ 50,58
TOTAL DE MO			\$ 185,46

TOTAL DE MPD Y MO **\$ 489,72**

Usando la Tabla 1, se puede verificar que para un pedido de 550 cacao en polvo, el costo total de la materia prima es de \$304.26, que incluye el licor de cacao, mientras que la mano de obra directa es de \$185.46 debido a la participación de los trabajadores de la refinería en las actividades de la planta, como temperado, llenado y envasado, sumando un total de \$489.72, dado que son elementos directos en la producción de chocolate bajo órdenes de producción en la asociación (ASOLAMON) en Las Peñas, Pangua.

Costos Indirectos de Fabricación

El costo indirecto de fabricación es fundamental dado que ayudan al proceso de culminación del producto, a continuación, se detalla los CIF que intervienen en la fabricación de 550 pastas de cacao.

Tabla2: Costos Indirectos de Fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				
Detalle	Cantidad	Precio Unitario		Total
Otros costos fijos	550	\$	0,52	\$ 286,00
OTROS COSTOS INDIRECTOS				
fundas	550	\$	0,14	\$ 77,00
etiquetas	550	\$	0,06	\$ 30,28
TOTAL DE CIF				\$ 393,28

Mediante la tabla número dos de costos indirectos de fabricación se observa que para la elaboración de 550 pastas de cacao las cuales se realizó bajo pedido a la asociación, es obligatorio calcular los costos indirectos de fabricación, por ende el total es de \$393,28 dólares los cuales se inmergen

otros costos fijos que pueden ser por ejemplo herramientas que se necesiten para elaborar o a su vez los servicios básicos que son necesarios para los procesos de producción y la terminación en un tiempo determinado debido a todos los pasos que se deben realizar para la culminación de los chocolates amargos.

Tabla 3: Hoja de costos de la orden de producción de 550 pastas de cacao

ASOCIACIÓN	ASOLAMON	NÚMERO DE ORDEN	N° 00167
NOMBRE DEL PRODUCTO	Chocolate o pasta de cacao amargo	NÚMERO DE UNIDADES	550

COSTOS DE PRODUCCIÓN MATERIA PRIMA				COSTOS DE MANO DE OBRA				COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
Producto	Cantidad	Precio Unitario	Total	Detalle	Horas	Valor de hora	Total	Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Licor de cacao	55000	\$ 0,01	\$ 304,26	Refinadora	6	\$ 2,81	\$ 16,86	Servicios Básicos	550	\$ 0,52	\$ 286,00
				Atemperado	6	\$ 2,81	\$ 16,86	OTROS COSTOS INDIRECTOS			
				Envasado	36	\$ 2,81	\$ 101,16	fundas	550	\$ 0,14	\$ 77,00
				Empacado	18	\$ 2,81	\$ 50,58	etiquetas	550	\$ 0,06	\$ 30,28
TOTAL			\$ 304,26	TOTAL			\$ 185,46	TOTAL			\$ 393,28
Costo de Producción MP		\$ 304,26									
Costo de Producción MO		\$ 185,46									
Costo de Producción CIF		\$ 393,28									
Costo de Producción		\$ 883,00									
Costo de Elaboración		\$ 1,00				PVP					
Utilidad		\$ 0,39				\$					
Precio de Venta		\$ 2,00	39,46%			\$1.100,00	217,00				

Mediante la hoja de costos proporciona una visión detallada de los recursos y gastos asociados con la fabricación de chocolate o pasta de cacao amargo, incluyendo los costos de materia prima, materiales directos, mano de obra y costos indirectos de fabricación, los cuales ayudan a la creación

y culminación del producto, los cálculos adicionales reflejan el costo total de producción, el costo de elaboración, la utilidad proyectada a un valor de 0,39 ctvs, lo que significa que por cada unidad vendida obtiene una escasa utilidad económica, finalmente el precio de venta sugerido para el producto generado es de un monto de \$2,00, su utilidad total general por la creación y venta de 550 unidades de pasta de cacao es de \$217,00.

Tabla 2: Estado de Resultados proyectados a cinco años

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS						
	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028
	Real					
Ventas	\$8.900,00	\$9.790,00	\$10.256,1 9	\$10.494,7 1	\$10.615,3 4	\$10.675,9 9
Costo de Ventas	\$3.480,00	\$3.828,00	\$4.010,29	\$4.103,55	\$4.150,72	\$4.174,43
UTILIDAD BRUTA	\$5.420,00	\$5.962,00	\$6.245,90	\$6.391,16	\$6.464,62	\$6.501,56
GASTOS OPERATIVOS	\$4.312,52	\$4.743,77	\$4.969,67	\$5.085,24	\$5.143,69	\$5.173,08
Sueldos y Salarios	\$2.190,00	\$2.409,00	\$2.523,71	\$2.582,41	\$2.612,09	\$2.627,01
Honorarios Profesionales	^a \$55,00	\$60,50	\$63,38	\$64,85	\$65,60	\$65,98
Mantenimiento	\$294,94	\$324,43	\$339,88	\$347,79	\$351,79	\$353,80
Combustibles	\$70,90	\$77,99	\$81,70	\$83,60	\$84,56	\$85,05
Transporte	\$101,28	\$111,41	\$116,71	\$119,43	\$120,80	\$121,49
Servicios Públicos	\$992,54	\$1.091,79	\$1.143,78	\$1.170,38	\$1.183,84	\$1.190,60
Otros Gastos	\$607,86	\$668,65	\$700,49	\$716,78	\$725,02	\$729,16
UTILIDAD OPERATIVA	\$1.107,48	\$1.218,23	\$1.276,24	\$1.305,92	\$1.320,93	\$1.328,48
Gastos Financieros	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	\$1.107,48	\$1.218,23	\$1.276,24	\$1.305,92	\$1.320,93	\$1.328,48
UTILIDAD NETA	\$1.107,48	\$1.218,23	\$1.276,24	\$1.305,92	\$1.320,93	\$1.328,48

A través de la tabla número cuatro se realizó el cálculo de proyección para cinco años los cuales a través del 10% de incrementos en las ventas considerando un porcentaje promedio con el propósito

de aumentar las ventas de chocolate amargo, se realizó el cálculo respectivo sumando primeramente la utilidad neta de dos años, luego obteniendo la diferencia y por ende se dividió el monto de ambos valores dando el resultado en porcentaje el cual ayuda a calcular a los demás años de proyección, siendo el caso de que la utilidad neta para el año 2028 sea generada con un monto de \$1.328,48 lo que quiere decir que anualmente vaya creciendo económicamente a través de las ventas del chocolate.

Por medio de los indicadores de rentabilidad se evidencia que la asociación ASOLAMON tiene como rentabilidad económica más distinguida como (ROA) el 1,77%, por otro lado la rentabilidad neta sobre ventas es del 12,44% lo que muestra el porcentaje de las unidades de chocolates vendidas, posteriormente el margen bruto obtenido fue de 60,90% enunciando que la asociación puede cubrir sus obligaciones y a su vez generar utilidad, finalmente el margen neto es de 12,44% considerado como un porcentaje beneficioso para el crecimiento económico en la asociación.

Tabla 3: Indicadores de rentabilidad del año 2023

ASOCIACIÓN (ASOLAMON)			
INDICADORES DE RENTABILIDAD DEL AÑO 2023			
INDICADOR	FÓRMULA	APLICACIÓN	RESULTADO
Rentabilidad Económica	$\frac{\text{BAI}}{\text{Activo Total}} * 100$	$\frac{1.107,48}{62.520,08} * 100$	1,77%
Rentabilidad neta sobre ventas	$\frac{\text{Beneficios después de impuestos}}{\text{Ventas Netas}} * 100$	$\frac{1.107,48}{8.900,00} * 100$	12,44%
Margen Bruto	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}} * 100$	$\frac{5.420,00}{8.900,00} * 100$	60,90%
Margen Neto	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} * 100$	$\frac{1.107,48}{8.900,00} * 100$	12,44%

Discusión

Dado que las ventas representan la única forma de ingresos de la compañía, los precios impactan directamente en el beneficio neto que genera la empresa, el cual muestra el rendimiento de los recursos y el tiempo invertido en la producción, distribución y venta del producto (Clavijo, 2022). Establecer el coste de un artículo es una de las decisiones más cruciales para una empresa, pues debe ser suficiente para cubrir gastos y obtener beneficios. (Ortega, 2023).

Las características del chocolate artesanal que buscan los consumidores incluyen el sabor del chocolate, un origen ético que garantice un trato justo a los productores de cacao, y la calidad del cacao utilizado en su producción (Cedeño Betancourt y Torres Guzmán, 2020). El propósito principal de cualquier sistema de contabilidad de costos es calcular el costo de una unidad de producción, que son los recursos que la empresa planea usar para lograr ganancias. Estas ganancias provienen de la producción y venta de productos, permitiendo a la empresa mejorar sus activos fijos, aumentar la capacidad de producción, e implementar nuevas tecnologías para continuar creciendo. Incrementar la eficiencia en la producción para mejorar la competitividad del producto. La autosuficiencia y rentabilidad son esenciales para el funcionamiento eficaz de cualquier empresa (Paillacho, 2023).

Tomar una decisión sobre el precio de un producto o servicio es crucial, pero también puede resultar confuso. Es importante tener en cuenta al cliente, la competencia y los costos al fijar un precio. Establecer precios se ve como un elemento crucial en el proceso de venta empresarial, lo que a su vez influye en la rentabilidad de una inversión. Existen tres formas de calcular los costos de producción: a través de la competencia, por medio de las necesidades del cliente y mediante un análisis de costos del negocio (Beltrán, 2021).

Conclusiones

Se concluye que la asociación de Producción Alimenticia, Asociación de Mujeres la Montañita (ASOLAMON) del Cantón Pangua, Provincia de Cotopaxi tiene falta de conocimiento en la determinación de precios por ende se realizó el respectivo cálculo de los precios con ayuda de información de definiciones básicas y teóricas, a través de las fórmulas para verificar la utilidad y rentabilidad económica para detallar la incidencia económica de chocolate amargo que produce la asociación. Por consiguiente, con ayuda de la realización del cálculo respectivo de los elementos de la contabilidad se evidenció que en la cecación de 550 unidades de chocolate amargo se obtuvo

en materia prima un monto de \$304,26, en mano de obra directa un valor de \$185,46 y en otros costos indirectos de fabricación un total de \$393,28, debido a ello se realizó la hoja de costos obteniendo un resultado de \$0,39 centavos por cada unidad producida.

En resumen al evaluar las proyecciones de cinco años se permite visualizar el desempeño financiero a futuro y tomar decisiones proactivas para lograr cumplir las metas específicas, la proyección indicada estimada para el año 2028 será de \$1.328,48 en utilidad neta lo que sugiere un crecimiento anual de las ventas de chocolate amargo de la Asociación de Mujeres la Montañita (ASOLAMON), es importante realizar proyecciones porque proporciona una guía para la toma de decisiones estratégicas además es una herramienta para planificar y mejorar la gestión económica de la asociación.

Finalmente, con ayuda de indicadores de rentabilidad se permiten analizar el porcentaje de ganancia económica que es de 1,77%, rentabilidad neta sobre las ventas teniendo un resultado de 12,44%, margen bruto de 60,90% y finalmente el margen neto de 12,44%, verificando que los porcentajes están en la medida adecuada para el cumplimiento de obligaciones que tiene la asociación y por ende también incrementar en el ámbito económico a largo plazo.

Se recomienda a la Asociación (ASOLAMON) fomentar la educación continua en la determinación de precios y la gestión financiera en la también son parte los procesos contables, aprovechando la experiencia adquirida durante el cálculo de precios y la elaboración de la hoja de costos que se realizó, eso contribuirá a fortalecer la viabilidad económica de la asociación y a tomar decisiones más sólidas en el ámbito de la producción de chocolate o pasta de cacao amargo.

Se sugiere a la asociación establecer un sistema de monitoreo continuo para evaluar el desempeño real en comparación con las proyecciones, lo que permitirá identificar cualquier desviación temprana y tomar decisiones correctivas de manera oportuna, además al implementar este sistema fortalece el compromiso por parte de los miembros de la Asociación a trabajar hacia las metas establecidas que ayuden al crecimiento económico que es el fin desde el inicio de sus actividades.

Referencias

1. Cedeño Betancourt, A. A., & Torres Guzmán, F. E. (2020). CHOCOLATE ARTESANAL CON ALTO CONTENIDO DE CACAO . Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/52618/1/D-P14365.pdf>

2. Apolo, G. (2022). Proyecciones financieras. Obtenido de <https://www.g-talent.net/blogs/finanzas-administracion/proyecciones-financieras-conoce-sus-6-principales-ventajas>
3. Basurto, B. (2021). Técnica de la entrevista. Obtenido de <https://online-tesis.com/tipos-y-metodos-de-entrevistas-en-la-investigacion/>
4. Beltrán, D. A. (2021). LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y FIJACIÓN DE PRECIOS EN LAS EMPRESAS. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5833/1/UPSE-TCA-2021-0046.pdf>
5. Carrillo, C. (2021). Proyecciones financieras de negocio. Obtenido de <https://www.llenamostuplanilla.com/en/products/proyecciones-de-negocio>
6. Castro, A. M., & Monserrate, G. P. (2021). Proyecciones. Obtenido de [C:/Users/MX/Downloads/GUIA%20UTC%20\(1\).pdf](C:/Users/MX/Downloads/GUIA%20UTC%20(1).pdf)
7. Chanaluisa Oña, J. R., & Zhingre Sánchez, M. V. (2021). ELABORACIÓN DE CHOCOLATE ARTESANAL CON SABORIZANTES. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/8279/1/PI-001881.pdf>
8. Chiriboga, G. (2019). Costos indirectos de fabricación. Obtenido de https://ecuador.fes.de/fileadmin/user_upload/pdf/LFLACSO-INEL_0172.pdf
9. Clavijo, C. (2022). Importancia de la fijación de precios. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-fijacion-de-precios#:~:text=Dado%20que%20las%20ventas%20son,y%20venta%20de%20un%20producto.>
10. Culcay, M. (2022). constabilidad de costos. Obtenido de <https://repositorio.uteq.edu.ec/server/api/core/bitstreams/a23590dd-d4b2-46f3-86eb-51f533562c7c/content>
11. Flórez Rodríguez, M. P., & Romero Cárdenas, H. G. (Junio de 2022). Determinación de costos y estimación de precios mediante cláusulas escalatorias en una empresa de servicios de catering. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/46995/2022mariaflorez.pdf?sequence=9>
12. García Castañeda, K. B., Suárez, A. F., León Ruiz, D. J., & Quintero Mesa, A. M. (2021). Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa de producción y

- comercializacion de chocolate artesanal. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/4521fd93-333b-4c35-ab06-ab8ad4e04297/content>
13. Jurado, C. E. (Octubre de 2023). Definición de método de investigación inductivo . Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/374900049_Definicion_de_metodo_de_investigacion_inductivo
14. Lòpez, R. (2019). costos y gastos. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5pGpDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT13&dq=costos+y+sus+elementos&ots=c-8lkpl-v6&sig=c1bZiszaI5uojM_tg9kkLpY_L_U#v=onepage&q=costos%20y%20sus%20elementos&f=false
15. Mariño , D. (2023). La Importancia de las Proyecciones Financieras en los Proyectos. Obtenido de <https://aantik.com.mx/blog/posts/la-importancia-de-las-proyecciones-financieras-en-los-proyectos>
16. Naranjo , F. (2019). Materia prima directa. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29705/1/T4515i.pdf>
17. Narvaez, M. (2023). Método de investigación cualitativo. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-de-investigacion-cualitativo/>
18. Ortega , C. (2022). Metodología de encuesta. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/metodologia-de-encuesta/>
19. Ortega, C. (2023). ¿Cómo fijar el precio de un producto? Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/fijar-el-precio-de-un-producto/>
20. Ortega, C. (2024). Métodos de análisis estadísticos. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/metodos-de-analisis-estadisticos/>
21. Paillacho, K. V. (2023). Costos de producción. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/4175/1/79334.pdf>
22. Revelo , I. (2019). Materia prima directa. Obtenido de <https://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/349/1/TESIS%20FINAL.pdf>

23. Rios , J. (2020). Mano de obra directa. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/18783/TESIS%20JOHANNA%20RIOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
24. Rocafuerte , G. (2019). mano de obra directa. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5249/1/UPSE-TCA-2020-0002.pdf>
25. Samaniego, T. (2020). contabilidad de costos. Obtenido de <https://www.coursehero.com/file/66223478/lirbro-costospdf/>
26. Suárez, K. (2021). Margen bruto. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/6288/UPSE-TCA-2021-0133.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
27. Suárez, S. P. (2019). Método deductivo e inductivo. Obtenido de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/23240/La%20ensenanza%20del%20compone%20gramatical%20e%20metodo%20deductivo%20e%20inductivo.pdf?sequence=1>
28. TUTFG. (2024). Método de investigación cuantitativo. Obtenido de <https://tutfg.es/investigacion-cualitativa-y-cuantitativa/>
29. Valenzuela , J. (2020). Rentabilidad Neta Sobre Las Ventas. Obtenido de <https://repositorio.uteq.edu.ec/server/api/core/bitstreams/46ba125a-53de-4653-9bf2-56f178b7f5c7/content>
30. Vidarte Floresmila, A., & Vasquez Veliz , S. (2020). RENTABILIDAD. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7743/Abanto%20Vidarte%20Floresmila%20%26%20Vasquez%20Veliz%20Sandra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
31. Villasmil, M. R. (2020). Tipos de rentabilidad. Obtenido de <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/1074/CAPITULO%208.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

© 2024 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).