Universidad Nacional Experimental
de los Llanos Occidentales
"Ezequiel Zamora"

La Universidad que Siembra

Vicerrectorado de Infraestructura
y Procesos Industriales
Programa de Ciencias Económicas y Sociales
Carrera: Contaduría Pública

ESTRATEGIAS DE COSTOS PARA LA OPTIMIZACIÓN DE INGRESOS POR VENTA EN LA TORREFACTORA CERRO NEGRO C.A, SANARE, ESTADO LARA.

Trabajo de Aplicación como Requisito parcial para optar al grado de Licenciado en Contaduría Pública

Sanare 2025

Universidad Nacional Experimental
de los Llanos Occidentales
“Ezequiel Zamora”

La Universidad que Siembra

Vicerrectorado de Infraestructura
y Procesos Industriales
Programa de Ciencias Económicas y Sociales
Carrera: Contaduría Pública

ESTRATEGIAS DE COSTOS PARA LA OPTIMIZACIÓN DE INGRESOS POR VENTA EN LA TORREFACTORA CERRO NEGRO C.A, SANARE, ESTADO LARA.

Autores:
Escalona Karlysmar
C.I. 29506298
García Stefany
C.I. 20666897

Tutor:
Licda. Mónica Jaca

Sanare 2025

ACTA DE DEFENSA

UNELLEZ

UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL DE LOS LLANOS OCCIDENTALES EZEQUIEL ZAMORA
VICERRECTORADO DE INFRAESTRUCTURA Y PROCESOS INDUSTRIALES

ACTA DE EVALUACIÓN TRABAJO DE APLICACIÓN CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN: **ADMINISTRACIÓN** [ ] **CONTADURÍA PÚBLICA** [✓]

FECHA DE APROBACIÓN: 27/02/2025

AUTOR (ES):

Escalona Malvacias Karlyomar Fabiola 29 506 298
Apellido, Nombre y Cédula de Identidad

Garcia Stefany Coromoto 20666 897
Apellido, Nombre y Cédula de Identidad

Apellido, Nombre y Cédula de Identidad

TÍTULO DEL TRABAJO DE APLICACIÓN

Estrategias de Costos para la optimización de ingresos por Venta en la Torrefactora Cerro negro C.A Sanare Estado Lara

PROFESIONALES EVALUADORES DEL TRABAJO DE APLICACIÓN

	Apellidos	Nombres	Cédula de Identidad
1 - TUTOR	JACA TLEGA	MONICA	25541669
2 - JURADO PRINCIPAL - COORDINADOR	Padilla Alvarez	Dilia Elizabeth	12285241
3 - JURADO PRINCIPAL	Aquiles Cordero	Liliana Esther	19.053491

OBSERVACIONES

LOS PROFESIONALES EVALUADORES DECIDIERON:

APROBAR [✓] REPROBAR [ ]

VIPI SAN CARLOS

FIRMA (1) TUTOR	FIRMA (2) JURADO PRINCIPAL COORDINADOR	FIRMA (3) JURADO PRINCIPAL

CARTA DE APROBACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL DE LOS LLANOS
"EZEQUIEL ZAMORA"
VICERRECTORADO DE INFRAESTRUCTURA
Y PROCESOS INDUSTRIALES
PROGRAMA CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
SUBPROGRAMA CONTADURÍA PÚBLICA

CARTA DE APROBACIÓN DE LA TUTORA

Yo, **Lic Mónica Jaca**, titular de la Cédula de Identidad N° **V-25541669** , en mi carácter de tutora del trabajo de aplicación titulado, **ESTRATEGIAS DE COSTOS PARA LA OPTIMIZACIÓN DE INGRESOS POR VENTA EN LA TORREFACTORA CERRO NEGRO C.A, SANARE, ESTADO LARA** , presentado por los ciudadanos: Karlysmar Escalona , titular de la Cédula de Identidad **V-29506298**, y Stefany Garcia, titular de la Cédula de Identidad **V- 20666897**, las cuales optan por al título de Licenciatura en Contaduría Pública, por medio de la presente hago constar que he leído el trabajo y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado asignado para tal efecto.

Así mismo me comprometo como tutora, a estar presente en la defensa del trabajo de aplicación, en la fecha, hora y lugar que se establezca para tal fin.

En Sanare, a los 22 días del mes de febrero del año 2025

Licda. Mónica Jaca
Cedula N° V- 25541669

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darnos la fortaleza y sabiduría para llegar hasta aquí.

A nuestros padres, por su amor incondicional, apoyo constante y sacrificios innumerables. Su confianza en nosotras ha sido nuestra mayor inspiración.

A los profesores y tutores, por su guía, paciencia y dedicación en la transmisión de conocimientos y por fomentar el deseo de aprender.

A los compañeros de estudio, por su camaradería, por las largas horas de estudio compartidas y por su amistad sincera.

Un agradecimiento especial a la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora (UNELLEZ) Municipalizada Sanare; que nos ofreció esta carrera que hoy culminamos, aportándonos todos los conocimientos necesarios a través del personal que allí labora, bendiciones para todos.

A todos aquellos que de alguna manera han contribuido a este logro, aunque no los mencionemos individualmente, sepan que cada gesto, palabra y acción han sido de gran valor para nosotras.

DEDICATORIA

A Dios, fuente de toda sabiduría y guía en nuestras vidas, por darnos la fuerza y el valor para superar cada desafío. Sin su infinita misericordia y gracia, este logro no hubiera sido posible. Gracias, Señor, por acompañarnos en cada paso de este camino y por las bendiciones derramadas sobre nosotras.

A nuestros padres, que con su amor y apoyo incondicional nos han guiado a lo largo de este arduo camino. Su paciencia y sacrificio han sido fundamentales para alcanzar esta meta.

A nuestros profesores, por compartir su conocimiento y sabiduría, y por su constante motivación para seguir adelante.

A nuestros compañeros de estudios, por ser el hombro en el que apoyarnos en los momentos difíciles y por celebrar cada pequeño logro con nosotros.

Y, sobre todo, a nosotras mismas, por no rendirnos nunca y seguir adelante a pesar de los obstáculos. Este logro es el fruto de nuestro esfuerzo y dedicación.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN ..... *viii*
ABSTRAC..... *viii*
INTRODUCCIÓN *1*
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA
Planteamiento del Problema *2*
Objetivos de la Investigación..... *6*
Objetivo General:..... *6*
Objetivos Específicos..... *6*
Justificación De La Investigación..... *7*
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO
Antecedentes de la investigación..... *10*
Bases Teóricas *14*
Bases Legales..... *23*
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO
Enfoque de la investigación..... *31*
Paradigma *31*
Tipo de investigación *32*
Diseño de la investigación..... *32*
Nivel de la investigación *33*
Población y muestra *34*
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos *35*
Técnica *35*
Instrumentos *36*
Validez y confiabilidad *36*
Validez..... *36*
Confiabilidad *37*
Técnica de análisis de la información *39*
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN
Análisis de la dimensión Estratégica..... *42*
Análisis de la dimensión Financiera: *44*

CAPÍTULO V:

Maximización De La Rentabilidad Financiera A Través De La Estrategia De Costo Para El Incremento De Ingresos En La Torrefactora Cerro Negro C.A. *47*
Introducción *47*
Justificación *48*
Viabilidad *49*
Viabilidad Empresarial *49*
Viabilidad Técnico *50*
Viabilidad Contable *51*
Viabilidad Económica *51*
Viabilidad Social *51*
Viabilidad Financiera *52*
Objetivos *53*
Objetivo General *53*
Objetivos Específicos *54*
Fases *54*
Conclusiones y Recomendaciones *59*
Conclusiones *59*
Recomendaciones *60*
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS *62*
ANEXOS *67*

LISTA DE CUADROS, TABLAS Y GRÁFICAS

Cuadro N° 1. Operacionalización De Variables…….....30

Cuadro N°2. Grupo Poblacional……34

Cuadro N° 3. Cálculo De Confiabilidad……38

Tabla N°1. Tabla de frecuencia 1……...……41

Gráfico N°1: Dimensión Estratégica…….41

Tabla N°2. Tabla de frecuencia 2……...……43

Gráfico N°2: Dimensión Financiera……..44

UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL DE LOS LLANOS OCCIDENTALES "EZEQUIEL ZAMORA"
VICERECTORADO DE INFRAESTRUCTURA Y PROCESOS INDUSTRIALES
PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES
CARRERA: CONTADURÍA PÚBLICA

ESTRATEGIAS DE COSTOS PARA LA OPTIMIZACIÓN DE INGRESOS POR VENTA EN LA TORREFACTORA CERRO NEGRO C.A, SANARE, ESTADO LARA

Autores:
Escalona Karlysmar
García Stefany
Año: 2025

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general Desarrollar Estrategias de Costos para la optimización de Ingresos por Venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A, Sanare, Estado Lara. Entre las bases teóricas se encuentran Estrategias de costo e ingresos por venta, sus bases legales se fundamentan en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, Ley de Impuesto sobre la Renta, Ley Orgánica de Precios Justos Ley de protección al consumidor, Ley de propiedad intelectual, El Decreto N° 2.092, Su naturaleza metodológica está establecida en el enfoque cuantitativo, paradigma positivista, apoyado en una investigación de campo de carácter descriptivo, no experimental. La población está conformada por tres (3) personas las cuales son las encargadas de la Torrefactora, la información de campo se recolectó a través de la aplicación de una encuesta, con un cuestionario de 16 ítems con preguntas dicotómicas, el cual se somete al criterio de validez mediante la técnica "Juicio de Experto" y la confiabilidad se determinó por medio del coeficiente Kuder-Richardson (Fórmula KR-20) arrojando un resultado de 0,91 lo que indica que tiene una confiabilidad excelente por lo que pudo ser aplicado. La interpretación de los datos recogidos se realizó mediante el análisis estadístico. Los datos se registraron en cuadros y gráficos para su mejor visualización, lo cual permitió establecer conclusiones, arrojando que el personal de la Torrefactora no contaba con estrategias adecuadas para lograr aumentar los ingresos por venta.

Palabras claves: Estrategia de costo y optimización de ingreso por venta.

UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL DE LOS LLANOS OCCIDENTALES "EZEQUIEL ZAMORA"
VICERECTORADO DE INFRAESTRUCTURA Y PROCESOS INDUSTRIALES
PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES
CARRERA: CONTADURÍA PÚBLICA

ESTRATEGIAS DE COSTOS PARA LA OPTIMIZACIÓN DE INGRESOS POR VENTA EN LA TORREFACTORA CERRO NEGRO C.A, SANARE, ESTADO LARA

Autores:
Escalona Karlysmar
García Stefany
Año: 2025

ABSTRAC

The present research work had as general objective to develop cost strategies for the optimization of income from sales in the Cerro Negro C.A roasting plant, Sanare, Lara State. Among the theoretical bases are cost and income strategies per sale, its legal bases are based on the Constitution of the Bolivarian Republic of Venezuela, Income Tax Law, Organic Law of Fair Prices, Consumer Protection Law, Intellectual Property Law, Decree No. 2,092, Its methodological nature is established in the quantitative approach, positivist paradigm, supported by a field research of a descriptive, non-experimental nature. The population is made up of three (3) people who are in charge of the roastery, the field information was collected through the application of a survey, with a questionnaire of 16 items with dichotomous questions, which is subjected to the validity criterion through the "Expert Judgment" technique and the reliability was determined by means of the Kuder-Richardson coefficient (KR-20 Formula) giving a result of 0.91 which indicates that it has excellent reliability so it could be applied. The interpretation of the data collected was carried out through statistical analysis. The data was recorded in tables and graphs for better visualization, which allowed to establish conclusions, showing that the staff of the roastery did not have adequate strategies to achieve increased sales income.

Keywords: Cost strategy and sales revenue optimization.

INTRODUCCIÓN

Las estrategias de costos para la optimización de ingresos por ventas son enfoques fundamentales que las empresas utilizan para mejorar su rentabilidad y competitividad en el mercado. Estas estrategias se centran en gestionar y reducir costos operativos, mejorar la eficiencia y maximizar los ingresos. Las mismas deben adaptarse a las necesidades y particularidades de cada empresa para obtener los mejores resultados.

Tomando en cuenta lo antes mencionado, se realiza el presente trabajo de aplicación, el cual tiene como objetivo general Desarrollar Estrategias de Costos para la optimización de Ingresos por Venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A, Sanare, Estado Lara.

El mismo se encuentra estructurado de la siguiente manera:

El capítulo I, contiene el planteamiento del problema, en el cual se formula las interrogantes del estudio, así como se establecen los objetivos, tanto general como específicos y su justificación.

El capítulo II aborda los antecedentes de la investigación y las bases teóricas y legales que sustentan la investigación.

El capítulo III. Está conformado por la metodología del trabajo lo cual lo conforma la naturaleza de la investigación, población, procedimientos para la recolección de la información, técnica de recolección de datos, diseño de instrumento, validez del instrumento, confiabilidad y análisis de datos.

En el capítulo IV se realiza los datos estadísticos a través de gráficos de barra y análisis de la información recolectada en el trabajo de aplicación, para que, partiendo de esta, puedan sacarse las conclusiones y recomendaciones.

En el capítulo V, Se plasmó todas las actividades realizadas, la viabilidad de las mismas, objetivos, las fases ejecutadas para la realización de las actividades y estrategias metodológicas, y por último las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I
EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

En la actualidad, la humanidad experimenta cambios constantes en el desarrollo económico, esto debido a múltiples factores que se entrelazan e influyen mutuamente por lo que tiene un impacto significativo para la sociedad, entre los cuales se pueden mencionar, el progreso tecnológico, este avanza rápidamente, transformando industrias y economías. La automatización, la inteligencia artificial, el internet y otras innovaciones están mejorando la productividad, creando nuevos empleos y cambiando la naturaleza del trabajo.

Otros de los cambios es innovación y emprendimiento, este espíritu emprendedor están impulsando el crecimiento económico. Los startups (nuevas empresas) y pequeñas empresas desempeñan un papel crucial en la creación de empleo y la implementación de nuevas ideas y tecnologías para que así exista la competencia.

Bailey (2015) expone, que "en un entorno de mercado cada vez más competitivos, las pequeñas y medianas empresas enfrentan amenazas significativas para su rentabilidad y sostenibilidad" (p. 42). Por lo que las empresas deben contar con estrategias efectivas de control y optimización de costos y así no les afecte negativamente sus márgenes de ganancia y, en última instancia, su capacidad para mantenerse operativas.

En estudios, realizados por los expertos como Henry Fayol (1925), quien destaca la importancia de la contabilidad de costos como herramienta crucial para el control y la toma de decisiones. Expone que, "se ha evidenciado que una gestión adecuada de los costos puede conducir a una optimización de los ingresos por ventas, permitiendo a las empresas identificar ineficiencias y aplicar medidas correctivas oportunas" (p. 9).

Sin embargo, en muchas pequeñas y medianas empresas (PyMEs), prevalece una falta de conocimiento sobre herramientas avanzadas de contabilidad de costos y estrategias de precios adecuadas, lo que limita su capacidad competitiva.

Para George Foster (1990) quien Introdujo la "contabilidad de costos estratégica". Cree que esta no solo debe proporcionar información histórica de costos, sino también datos para tomar decisiones estratégicas. De igual forma plantea que "la gestión adecuada de costo ha evolucionado con diversas metodologías considerando no solo prácticas tradicionales sino también enfoques más modernos y estratégicos".

Autores Recientes como Lavolpe y Smolje (2020), han criticado la brecha existente entre teoría y práctica en la gestión de costos; sugieren "que diferentes costos pueden ser usados para diferentes objetivos y resaltan el pragmatismo en su aplicación" (p. 28).

Es importante agregar, que la problemática de la gestión de costos no es exclusiva de una región específica; de hecho, es un desafío mundial que afecta a empresas de diversos sectores, por no contar con estrategias adecuadas como la complejidad en las cadenas de suministro globales, debido a que la globalización ha introducido una nueva dimensión de complejidad en la logística, por lo que las organizaciones deben gestionar múltiples proveedores, navegar por regulaciones internacionales y hacer frente a fluctuaciones económicas y riesgos geopolíticos.

De igual forma, la sostenibilidad y riesgo, ya que es una necesidad para adoptar prácticas sostenibles y gestionar los riesgos y las estrategias de costeo deben considerar enfoques sostenibles y estar preparadas para mitigar riesgos ambientales y sociales.

Por otro lado, se hace necesario la adopción de tecnología y automatización porque ambas juegan un papel crucial en la optimización de costos. Las empresas deben mantenerse al día con las innovaciones tecnológicas para mejorar la eficiencia de sus operaciones y reducir costos. Sin embargo, la implementación de nuevas tecnologías también conlleva costos iniciales considerables y una curva de aprendizaje.

Otra de la estrategia a utilizar según George Foster (ob cit) sería la de Market-Driven Cost Systems (sistemas de costos impulsados por el mercado), porque todas las empresas necesitan estrategias de gestión de costos impulsadas por el mercado que les permitan ofrecer productos de

alta calidad a precios competitivos. Esto incluye el uso de técnicas de gestión de costos avanzadas y la mejora continua de procesos y así poder mantenerse competitivas.

Y por último se debe contar con talento y habilidades en Cost Management como son las habilidades directivas, de gestión, de manejo y habilidades de dirección, habilidades de administración y capacidades de gestión ya que la falta de talento especializado en gestión de costos es otro desafío significativo. Las empresas necesitan profesionales capacitados que puedan implementar y gestionar estrategias de costos efectivas.

Higuero (2021) expresa que, "en Venezuela, la gestión de costos y la implementación de estrategias de optimización de ingresos son esenciales debido a la complejidad del entorno económico en que se vive a diario, empezando por el contexto económico", como lo es la Inflación, ya que para nadie es un secreto que este país ha enfrentado altas tasas de inflación durante años, lo que complica la gestión de costos para las empresas. La inflación erosiona el poder adquisitivo, afecta los precios de los insumos y reduce los márgenes de ganancia.

Otro sería el control de precios, debido a que las regulaciones gubernamentales sobre precios y márgenes de ganancia limitan la capacidad de las empresas para ajustar sus precios de venta en función de los costos. Esto puede llevar a márgenes de ganancia negativos y amenazar la supervivencia de las empresas.

Por todo lo anterior descrito, se hace necesaria la implementación de estrategias de gestión entre las cuales se pueden mencionar:

Costeo Basado en Actividades (ABC) el cual es un método de gestión que permite identificar y asignar los costos de las actividades que realiza una empresa. El objetivo es conocer el origen de los costos más importantes y asignar los recursos de manera eficiente. Implementar esta técnica ayudaría a las empresas a identificar y mejorar los costos generados por cada actividad, permitiendo una asignación más precisa de los costos indirectos.

Otra sería el control y reducción de costos, las empresas deben estructurar y gestionar sus costos de manera eficaz para mantenerse rentables en entornos económicos volátiles. Esto incluye la manipulación de variables vinculadas al volumen de producción y la eliminación de actividades que no agregan valor.

Por otro lado, es necesario la automatización, tecnología avanzada y procesos automatizados para mejorar la eficiencia operativa y reducir costos a largo plazo. Sin embargo, las inversiones iniciales para la implementación pueden ser un desafío en el contexto económico actual.

Otro de los desafíos que se encuentran en las empresas del país son los accesos a financiamiento debido a la desconfianza en el sistema financiero nacional y las restricciones de crédito, de igual forma la inestabilidad económica y política afectando la planificación a largo plazo y la implementación de estrategias sostenibles de gestión de costos.

Por tanto, la gestión de costos en Venezuela es una tarea compleja debido a la combinación de factores económicos, regulatorios y estructurales. Sin embargo, con estrategias adecuadas, como la implementación de técnicas de costeo avanzadas y la adopción de tecnologías, las empresas pueden mejorar su rentabilidad y competitividad.

En el estado Lara la situación en las empresas es la misma que en todo el país por lo que es vital para la rentabilidad y la supervivencia de estas. La implementación de estrategias desde la evaluación de estructuras de costos hasta la implementación de tecnologías avanzadas y el control de costos operativos.

Como se expresa anteriormente, esta situación impacta a las empresas de manera significativa. Tal es el caso de la Torrefactora Cerro Negro C.A., ésta es una empresa dedicada a la compra, tostado, empaquetado, distribución y venta del café, la cual se ve afectada principalmente por la falta de conocimiento sobre las estrategias de costos lo que les ha afectado de manera significativa para su rentabilidad y estabilidad financiera.

De acuerdo con lo anterior, se observa la problemática que tiene la Torrefactora Cerro Negro C.A, por lo que se presenta una alternativa de implementar estrategias de costos para la optimización de ingresos por venta para así costear de mejor manera los recursos que se emplean y medir el desempeño de la empresa sincerando los gastos y que sean efectivas y sostenibles en el entorno económico y empresarial.

Tomando en cuenta la problemática que se ha descrito anteriormente, se ha decidido realizar este trabajo de aplicación, el cual pretende desarrollar estrategias de costos para la optimización

de ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A., Sanare, Estado Lara, y así mejorar la rentabilidad, la competitividad y garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

A demás busca abordar la problemática de la falta de estrategias de costo efectivas y se enfoca en el diseño de un modelo estratégico adaptable que permita a esta empresa optimizar sus costos operativos, mejorar su rentabilidad y fortalecer su posición en el mercado.

Tomando en consideración la problemática planteada anteriormente es necesario plantearse unas interrogantes

- ¿Cuál es la situación actual de los costos de ingresos por ventas en la Torrefactora Cerro Negro?
- ¿Cómo sería el diseño de la estrategia de costos para la optimización de los ingresos por venta de la Torrefactora Cerro Negro?
- ¿Cómo implementar la estrategia de costos para la optimización de los ingresos por venta de la Torrefactora Cerro Negro?
- ¿Cuál sería el resultado de la estrategia de costos para la optimización de los ingresos por venta de la Torrefactora Cerro Negro?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General:

Desarrollar estrategias de costos para la optimización de ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A, Sanare, Estado Lara.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de los ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A, Sanare, Estado Lara.

- Diseñar una estrategia de costos para la optimización de ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A, Sanare, Estado Lara.
- Implementar una estrategia de costos para la optimización de ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A, Sanare, Estado Lara.
- Evaluar la estrategia de costos para la optimización de ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A, Sanare, Estado Lara.

Justificación De La Investigación

La existencia de estrategias de costo bien fundamentadas es crucial para la supervivencia y crecimiento de la empresa. Sin embargo, por carecer de un conocimiento profundo y acceso a herramientas avanzadas de gestión de costos, limita su capacidad para competir en el mercado.

Este trabajo de aplicación es relevante porque provee herramientas, ofrecerá un marco detallado de estrategias de costo que pueden ser implementadas para optimizar sus costos y mejorar sus ingresos por ventas.

Desde el punto de vista contable, juega un papel crucial en la gestión financiera de la empresa. Al analizar detalladamente los generadores de costos, vincularlos con los ingresos y calcular el punto de equilibrio económico, se obtiene información valiosa para la toma de decisiones financieras estratégicas. Conocer los costos fijos y variables, así como los ingresos generados, es fundamental para realizar un análisis financiero preciso que permita identificar oportunidades de reducción de costos y maximización de ingresos, contribuyendo a la optimización de la rentabilidad de la empresa.

También, la automatización de procesos en la Torrefactora Cerro Negro representa una evolución en la forma en que se gestionan los costos y se maximizan los ingresos. La implementación de procesos avanzadas no solo optimiza la estructura de costos, sino que también mejora la precisión en el seguimiento de datos financieros, lo que a su vez facilita la toma de decisiones estratégicas basadas en información actualizada y fiable.

En el ámbito social, las estrategias de costos para la optimización de ingresos por venta a través de la automatización no solo impactan en la eficiencia operativa de la empresa, sino que también puede tener efectos positivos en el bienestar de los empleados. Al integrar tareas administrativas, de producción, gestión y control a través de la automatización, se pueden lograr procesos más eficientes y reducir gastos, lo que a su vez puede contribuir a crear un ambiente laboral más productivo y satisfactorio. Además, contribuye al desarrollo económico local y al bienestar de la comunidad, generando un impacto social positivo.

Responde a necesidades locales aportando conocimiento adaptado a las particularidades del entorno económico local, facilitando su aplicación práctica. Al optimizar los costos y mejorar la rentabilidad, podrán contribuir de manera más efectiva al desarrollo económico de la región y generar empleo, ayudará a la empresa a ser más competitiva, no sólo en la región sino también a nivel nacional.

Este estudio busca cerrar la brecha existente en la literatura y en la práctica, proporcionando a la empresa el conocimiento y las herramientas necesarias para una gestión de costos eficaz que le permita superar los desafíos económicos actuales y asegurar su sostenibilidad a largo plazo.

Desde una perspectiva metodológica, la investigación cobra importancia al implicar la revisión de distintos autores y referencias bibliográficas. Este procedimiento habilitó a los investigadores para expandir su comprensión en cuanto a la importancia de comprender y controlar los elementos que influyen en la rentabilidad de la Torrefactora Cerro Negro, en los cuales radica, la aplicación de métodos y técnicas precisas para analizar la estructura de costos, los ingresos y el punto de equilibrio económico.

Aportará nuevas técnicas de análisis de costos y metodologías que puedan ser aplicadas en diferentes contextos, lo que puede inspirar nuevas investigaciones.

En el ámbito económico contribuirá al crecimiento económico de la región, ya que incrementan el flujo de dinero y las inversiones locales, aumenta la competitividad de la empresa en el mercado, lo que puede impulsar innovaciones y mejoras.

Ámbito empresarial, existirá eficiencia operativa debido a que si hay una buena estrategia de costo bien implementadas mejoran la eficiencia operativa, reduciendo desperdicios y aumentando la productividad.

Cabe resaltar, que el presente trabajo de aplicación se sustenta en la línea de investigación "Economía y Finanzas". Titulado: Estrategias de Costos para la Optimización de Ingresos por Venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A, Sanare, Estado Lara.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

El marco metodológico es la estructura teórica y conceptual que guía la metodología de un estudio o investigación. Es una parte fundamental de cualquier investigación, ya que proporciona un marco de referencia para la recolección y análisis de datos. Los autores Hernández, Fernández y Baptista (2010), se refieren al marco teórico como, aquella que forma: "…la perspectiva teórica que se integra con las teorías, los enfoques teóricos, estudios y antecedentes en general, que se refieran al problema de investigación" (p. 73).

Antecedentes de la investigación

En cuanto, a la fase conceptual de la investigación respalda el estudio mediante una revisión de trabajo e investigaciones realizadas por el grupo investigador, también se enfocan aspectos como estrategias de costos para la optimización de ingresos por ventas, que sirven como referencia y base de consulta para antecedentes relacionados con el tema. Estos elementos proporcionan apoyo y ayuda para la realización de la investigación, fortaleciendo los enfoques planteados y sustentando su contenido.

- **Internacionales**

Gordillo y Salazar (2020), realizaron un trabajo titulado Plan estratégico Orientado a la optimización de costos en la universidad Jorge Tadeo lozano en la Facultad de Contaduría Pública Bogota, D.C. el cual tuvo como propósito principal identificar la importancia que tiene la implementación de un plan estratégico enfocado en la optimización de costo en las pequeñas y medianas empresas, la metodología implementada fue de tipo descriptiva, diseñaron una encuesta lo cual le permitió hacer medición sobre la necesidad y viabilidad de la creación de una

herramienta amigable que le permita al usuario obtener una mejor perspectiva de la viabilidad de su idea de negocio enfocada a un plan estratégico de costos.

Se toma este trabajo como antecedente para el trabajo de aplicación que se está elaborando, debido a que allí se refleja la importancia de tener un buen plan estratégico que permita que los costos sean eficientes y oportunos para la optimización de los ingresos por ventas y al mismo tiempo puedan alcanzar un óptimo desempeño y correcta distribución de los recursos para lograr un buen posicionamiento económico y financiero de las empresas.

En este mismo orden de ideas, cabe destacar a Aguilar, C. y Gabriel J. (2022), de la Universidad Señor de Sipán, quienes realizaron su trabajo de investigación titulado "Propuesta de una estructura de costos ABC para mejorar la rentabilidad en INJEPLAST E.I.R.L., Pomalca, 2021", quienes optan por el título profesional de Contador Público. Su trabajo de investigación tiene como objetivo general proponer una estructura de costos ABC para mejorar la rentabilidad en la empresa.

Este trabajo de investigación, se realizó mediante la metodología del tipo descriptiva-correlacional, basada en un diseño no experimental. La población estuvo conformada por el total de trabajadores de la empresa. Para la recolección de datos se utilizó la observación, la entrevista y el análisis documental y mediante la guía de observación y de entrevista se pudo analizar básicamente el proceso productivo, y una vez obtenida la información necesaria, se procedió al procesamiento de los resultados. Como conclusión, expresaron que la propuesta de una adecuada estructura de costos ABC, si logra mejorar la rentabilidad de la empresa, permitiéndole a la vez una eficaz y eficiente administración de sus costos de producción; así como la disponibilidad de información exacta para mejorar los productos y tomar decisiones acertadas en bien de la rentabilidad.

Esta investigación, se relaciona con el trabajo de aplicación, porque a través de ella se puede considerar la propuesta de estructura de costos ABC, para que la Torrefactora Cerro Negro pueda obtener mejor rentabilidad en cuanto a la optimización de sus ingresos por venta.

- **Nacionales**

Melecio (2022), realizó un trabajo especial de grado para optar el título de Técnico Superior Universitario en la Especialidad de Administración de Empresas en el Instituto Universitario de Tecnología de Administración industrial Extensión Maracay, el cual tuvo como objetivo mejorar el sistema de costos para la empresa +Salud C.A buscando mejorar este importante aspecto para la administración de la empresa, teniendo en cuenta además su potencial de crecimiento en el mercado y la necesidad de contar con información contable y financiera confiable para la toma de decisiones gerenciales, se fundamentó, bajo un diseño tanto de campo como documental, y el nivel de investigación fue descriptiva, no experimental. La población objeto de estudio en este trabajo estuvo compuesta por los trabajadores del departamento de contabilidad, específicamente los 5 trabajadores encargados del área de contabilidad. Se obtuvo una serie de información relevante relacionada con la actual estructura de costo de la empresa objeto de estudio, directamente de los trabajadores, así como también, se indagó acerca de la Ley Orgánica de Precios Justos por medio del estudio de la Providencia Administrativa No. 003/2014, llegando a la conclusión de que mediante la utilización de la aplicación ofimática Microsoft Excel, fue posible trasladar toda la información recopilada para el diseño del posible sistema de costeo, a una plantilla que fuese útil para interrelacionar la información obtenida y de esta manera poder establecer durante su implementación futura, los costos para cada una de las referencias que hacen parte del portafolio de la empresa

De acuerdo a lo antes mencionado, se puede decir, que el trabajo de grado promueve aportes importantes en cuanto a cómo manejar una estructura de costos para optimizar la rentabilidad para las empresas, relacionándose así con el presente trabajo de aplicación, porque teniendo una buena estructura de costos se puede lograr ingresos de ventas muy rentables y eficientes para las empresas.

Ahora bien, García A. (2022), de la Universidad Yacambú, realizó un trabajo de grado titulado, "Rentabilidad de la empresa Comercial Villa Chen, C.A. con base a los ingresos por ventas, Municipio Independencia, Estado Yaracuy", para optar por el título de Licenciado en Contaduría Pública. En el cual, su objetivo general es: Analizar la rentabilidad de la empresa Comercial Villa Chen, C.A. con base a los Ingresos por ventas, ubicada en el Municipio Independencia, Estado Yaracuy.

Esta investigación es de tipo descriptiva, con un diseño de campo, no experimental, la cual permitió conseguir la información de interés mediante la recolección directa efectuada en la realidad objeto de estudio. El instrumento utilizado fue un cuestionario dicotómico compuesto por veintiséis (26) ítems, el cual fue validado mediante juicio de expertos, y se aplicó a una muestra de nueve (9) sujetos trabajadores de la empresa. En cuanto a la conclusión, se puede decir, que los ingresos y la rentabilidad de la empresa fueron afectados como consecuencia de la disminución del nivel de ventas, debido a las fallas que presentan en el proceso de comercialización.

Cabe agregar, que este trabajo se toma debido a que posee relación con el trabajo de aplicación ya que los ingresos por ventas, es una de las principales variables que se encuentran en este trabajo. Además, de que éste brinda información sobre el análisis de los ingresos obtenidos por las ventas con el propósito de identificar los problemas que inciden en la rentabilidad económica y financiera, con el fin de recomendar las acciones necesarias que permitan mejorarla.

Amaro y Castellano (2024), realizaron un trabajo de investigación para optar por el título de Licenciado en Contaduría Pública de la Universidad Nacional Experimental De Los Llanos Occidentales Exequiel Zamora, el cual tuvo como objetivo general, Implementar una estrategia organizacional para la optimización de la gestión empresarial en Recubrimientos de Venezuela C.A, Lara., para ello se analizaron las necesidades existentes dentro del área administrativa, así como su efecto en el cumplimiento de los objetivos empresariales. El estudio se enmarcó en una investigación tipo de campo, de nivel descriptivo, diseño no experimental, bajo la modalidad de proyecto factible. Como técnicas de obtención de información se realizó un cuestionario de 23 ítems, de escala de tipo dicotómica. La población fue el personal que labora en la empresa en conjunto con la gerencia y la muestra fue de 14 personas, quienes se les aplicó el instrumento de recolección de datos. Para determinar la validez y la confiabilidad del instrumento se aplicó el juicio de tres (3) expertos y el coeficiente de KR20 obtuvo un resultado del 0,99. Los resultados fueron analizados a través de procedimientos estadísticos, representándose en tablas y su respectivo análisis. Llegando a la conclusión que al implementar la estrategia organizacional y la gestión empresarial se aumentó la productividad laboral, la retención y fidelización de personas cualificadas optimizando la comunicación interna para fomentar el trabajo en equipo.

Esta investigación sirve de soporte para el presente estudio, ya que el éxito de toda empresa radica en la utilización de una estrategia organizacional para la optimización de la gestión empresarial, con la implementación de esta se ve la productividad laboral, la retención y fidelización de personas cualificadas optimizando la comunicación interna para fomentar el trabajo en equipo, al implementar estrategias permite a las empresas tener una visión más amplia y clara de los costos, además de incrementar su rentabilidad y contribuir en la toma de decisiones de inversión.

Bases Teóricas

Las bases teóricas, según Arias (2006) "Están formadas por un conjunto de conceptos y proposiciones que conforman un punto de vista o enfoque adoptado, para sustentar o explicar el problema planteado" (p. 107).

De esta manera, en el presente trabajo de aplicación las bases teóricas se sustentan con la teoría que se desarrollará a continuación; la cual ayudará a desarrollar el sistema de variables del mismo.

Teorías de Estrategias de Costo

Las teorías de estrategia de costo son esenciales para que las empresas logren y mantengan una ventaja competitiva en el mercado, mediante la reducción de costos y la maximización de la eficiencia. Entre los enfoques más destacados se mencionan:

1. Estrategia de Liderazgo en Costos

La estrategia de liderazgo en costo, se refiere a la capacidad de una empresa para alcanzar costos más bajos que sus competidores, sin sacrificar la calidad del producto o servicio.

> Michael Porter (1980), es uno de los autores más reconocidos en este campo, y en su libro titulado Estrategia Competitiva, describe esta estrategia "como una de las tres estrategias genéricas para obtener una ventaja competitiva. A demás sostiene que una empresa puede lograr el liderazgo en costos a través de economías de escala, aprendizaje y tecnología productiva. Esto significa que, al aumentar la producción, la

empresa puede reducir costos, perfeccionando procesos y mejorando habilidades" (pág. 62).

Esta estrategia implica convertirse en el productor de bajo costo en un sector industrial. Para lograrlo, las empresas deben tener una Optimización de procesos el cual mejorará la eficiencia de la producción, también es necesario que tengan una economía de escala para así aprovechar la producción en grandes volúmenes para reducir costos y por último deben tener una reducción de costos operativos permitiendo esto minimizar gastos generales siempre que sea posible.

2. Estrategia de Costos Bajos

La estrategia de costos bajos es enfocarse en entregar productos o servicios a un costo significativamente menor que los competidores sin comprometer la calidad. Esta estrategia ha sido ampliamente estudiada y abordada por varios autores a lo largo de los años.

Michael Porter (1980), fue quien propuso su concepto de estrategia de liderazgo en costos. Por lo que plantea que, "la estrategia de bajo costo busca reducir gastos operativos y maximizar la eficiencia para ofrecer productos o servicios a precios más bajos que los competidores".

El mismo autor aporta unas claves para la implementación de una Estrategia de Costos Bajos, entre las cuales se destacan:

1. Economías de Escala: Aumentar la producción para disminuir el costo por unidad.
2. Eficiencia Operacional: Optimizar procesos internos para reducir desperdicios y mejorar la productividad.
3. Desarrollo Tecnológico: Adoptar tecnologías avanzadas que mejoren la eficacia y reduzcan el consumo de recursos.
4. Negociación con Proveedores: Establecer relaciones duraderas y negociar precios más bajos para insumos y materiales.
5. Control de Costos Fijos: Minimizar gastos generales y fijos buscando alternativas más económicas.

6. Diseño de Producto: Simplificar el diseño de los productos sin sacrificar funcionalidad o calidad, utilizando materiales más económicos y procesos de manufactura más eficientes.

7. Subcontratación: Externalizar ciertas actividades a proveedores que puedan realizar las mismas tareas a un menor costo.

Al implementar estas tácticas, una empresa puede ofrecer precios competitivos que atraigan a una amplia base de clientes, logrando así una ventaja en el mercado. A demás, al ofrecer productos a un precio inferior al de la competencia a través de: control estricto de costos, Supervisar y reducir continuamente los costos, compras eficientes y automatización se puede mejorar las ventas y mantenerse competitivos en el mercado.

A pesar de que existen tantas estrategias, se ve que aún no se ha dado ese cambio de paradigma, aun los costos se tienden a manejar dentro de la contabilidad tradicional, perdiendo de vista el valor que tienen para la sostenibilidad de la empresa bajo los estándares de competitividad. Las investigaciones aquí referidas llaman a trabajar por el cambio, preparando a los empresarios en especial en las PYMES por ser una de las mejores y más activas fuentes de empleo y por ende de desarrollo social para un País.

3. Estrategia de Costos Diferenciados

Las estrategias de costo diferenciado también son un tema fundamental en la teoría de la gestión empresarial. Estas estrategias se centran en crear un producto o servicio percibido como único en su industria y, por lo tanto, justifica un precio más alto.

Varios autores y expertos han desarrollado modelos y teorías a lo largo de los años, entre los cuales se destaca:

Porter (ob.cit) él es uno de los pioneros en el desarrollo de estrategias competitivas. En su libro "Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors" (Estrategia competitiva: técnicas para analizar industrias y competidores".), presenta la estrategia de diferenciación como una de las estrategias genéricas.

Por su parte, Miles y Charles Snow (1978), En su modelo de adaptación estratégica, clasifican a las empresas en cuatro tipos (defensoras, prospectoras, analistas y reactivas). Sus estrategias de

diferenciación se enfocan en cómo las empresas reaccionan y se adaptan a su entorno competitivo.

Para Kotler (1984), expresa que en "Marketing Management" (gestión de marketing), explora la estrategia de diferenciación desde la perspectiva del marketing, destacando la importancia de una ventaja competitiva sostenible a través de la diferenciación de productos y servicios.

Explorar las teorías de estos autores ofrece una perspectiva profunda sobre cómo se han desarrollado las estrategias de diferenciación y las diferentes aproximaciones que han tomado. Entre las estrategias más destacadas se pueden mencionar: Diferenciación por calidad, diferenciación por Innovación, por servicio al cliente, por diseño, por Imagen de marca y por Personalización.

Cabe agregar, que estas estrategias permiten a las empresas competir no solo por precio, sino por los atributos únicos y valor agregado que ofrecen.

4. Cadena de Valor de Porter

Porter (1985), realizó un modelo que descompone una empresa en sus actividades relevantes con el propósito de entender los costos y las fuentes potenciales de diferenciación. Según este autor, las actividades dentro de una empresa "pueden crear valor que supera los costos de realizar dichas actividades, proporcionando una ventaja competitiva", entre las que resalto:

Actividades Primarias

1. Logística Interna: Recepción, almacenamiento y gestión de insumos.
2. Operaciones: Procesos que transforman insumos en productos terminados.
3. Logística Externa: Recolección, almacenamiento y distribución física de productos a los clientes.
4. Marketing y Ventas: Actividades destinadas a promover y vender productos.
5. Servicios: Actividades relacionadas con la atención y el mantenimiento del producto una vez vendido.

6. Teoría de la Curva de Experiencia

Desarrollada por Henderson (1968), quien es el fundador del Boston Consulting Group (BCG) (grupo de consultoría) introdujo esta teoría en un informe llamado "Perspectives on Experience" (Perspectivas sobre la experiencia). La teoría sugiere que a medida que una empresa gana experiencia en la producción de un bien o servicio, los costos unitarios de producción tienden a disminuir. Esto se debe a una serie de factores, como mejoras en eficiencia operativa, aprendizaje y especialización del trabajo, economías de escala, y avances tecnológicos.

Sugiere que cuanto más se produce un producto, más se reducen los costos unitarios debido a mejora continua de procesos, Estandarización y producción

7. Modelo de Reducción de Costos de SWOT

El análisis SWOT, que se puede aplicar para identificar áreas de reducción de costos, fue desarrollado por Albert Humphrey en la década de 1960 en el Stanford Research Institute (SRI) (empresa estadounidense, cuyas bases principales se encuentran en Menlo Park, en California, y que lleva adelante investigaciones). Aunque inicialmente no fue concebido exclusivamente para la reducción de costos, su flexibilidad permite su aplicación en varios contextos empresariales, incluyendo la optimización de costos.

Para la aplicación de este modelo es necesario tomar en cuenta, las fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas, lo cual ayudará a identificar áreas claves donde se pueden realizar optimizaciones para reducir costos dentro de una organización. Si se enfoca en el análisis de: Fuerzas y Debilidades internas como lo es identificar áreas donde la empresa tiene ventajas o desventajas en costos, oportunidades y amenazas externas donde se explora factores del entorno que pueden favorecer o perjudicar la estrategia de costos.

Otras teorías estratégicas que se pueden aplicar en las empresas son:

1. Costeo Basado en Actividades (ABC): Desarrollada por Robert Kaplan y Robin Cooper en los años 1980 y principios de 1990. Esta teoría enfoca en asignar los costos a las

actividades que generan esos costos, proporcionando una mejor comprensión de dónde realmente se originan los gastos.

2. Teoría de Costos Fijos y Variables: Esta ha sido recopilada y desarrollada por varios autores, incluyendo Charles Horngren, Gary Sundem, e Ivar B. Frano en los años 1970 y 1980. Distinguir entre costos fijos y variables ayuda a las empresas a gestionar sus recursos y minimizar gastos innecesarios.

3. Teoría del Punto de Equilibrio: James Weir en los años 1940 introdujo esta teoría que ayuda a las empresas a determinar el punto crítico en el que las ganancias igualan a los costos, permitiendo una mejor gestión de recursos y planificación financiera.

4. Teoría de Maximización de Beneficios: Alfred Marshall, en su obra "Principles of Economics" (1890), se centra en el nivel óptimo de producción que maximiza los beneficios a menor costo. Esta es esencial para la toma de decisiones estratégicas en las empresas.

Es importante señalar que estas teorías proporcionan una base sólida para entender cómo las empresas pueden optimizar costos y mejorar sus ingresos por venta, debido a que. las ganancias por ventas se generan debido a la capacidad de una empresa para vender productos o servicios a un precio superior al costo de producción y operación.

Estrategia de Costo

Una estrategia de costo se refiere a los métodos y procedimientos que una empresa implementa para gestionar, controlar y reducir sus gastos mientras maximiza su eficiencia y rentabilidad

Para Rodríguez, (2021) "Las estrategias de costos implican la optimización de los procesos productivos y la gestión eficiente de recursos, con el objetivo de ofrecer precios competitivos y maximizar la rentabilidad".

Por su parte, Porter (1985) la define como “un plan detallado y estructurado que busca optimizar los recursos financieros de una organización mediante la identificación, análisis y control de los costos asociados con la producción y distribución de bienes y servicios."

Por tanto, se puede decir, que es una táctica empresarial que se centra en minimizar los costos de producción y operación con el objetivo de ofrecer productos o servicios a precios más bajos que la competencia.

La estrategia de costo ha sido discutida por numerosos autores a lo largo del tiempo. Uno de los más conocidos es Porter, quien habla de la estrategia de liderazgo en costos en su libro "Competitive Advantage" (1985). Porter argumenta que “las empresas que se enfocan en reducir costos pueden alcanzar una ventaja competitiva sostenible si logran ofrecer productos o servicios comparables a menor precio que sus competidores”.

Según este mismo autor, algunas prácticas comunes incluyen:

- Optimización de procesos: Mejorar la eficiencia mediante la eliminación de desperdicios y la mejora continua.
- Economías de escala: Reducir costos mediante la producción en grandes volúmenes.
- Negociación con proveedores: Buscar mejores precios y condiciones con los proveedores de materia prima.
- Automatización: Implementar tecnologías que reduzcan la mano de obra y aumenten la productividad.

Es importante agregar que una de las estrategias es la estructura de costo que en sí no es una estrategia, sino una herramienta esencial para la planificación y gestión financiera de una empresa. Sin embargo, el análisis y la optimización de la estructura de costos pueden formar parte de una estrategia empresarial más amplia, debido a que con una estrategia de optimización de costos las empresas pueden desarrollar estrategias específicas para optimizar sus costos, basadas en el análisis detallado de su estructura de costos.

Algunas de estas estrategias incluyen: reducción de costos fijos, control de costos variables, eficiencia operativa, aprovechamiento de economías de escala, innovación y mejora continua.

Aunque la estructura de costos no es una estrategia por sí misma, su análisis y optimización son componentes clave en el desarrollo de estrategias efectivas para mejorar la rentabilidad y eficiencia de una empresa.

La estructura de costo

Gerencie (2018) lo define como: "La unión de las proporciones que respecto del costo total de las operaciones de la compañía, simboliza cada tipo de coste" (p. 09).

De esta manera, ocuparse de la Estructura de Costos significa ser capaces de diagnosticar la situación de costos, identificar los puntos críticos, diseñar las soluciones, y tomar decisiones ya sea sobre el negocio o sobre la Empresa, o ambos.

Una organización funciona y se relaciona con los entes económicos de la sociedad cuando sus Costos interactúan internamente combinándose de acuerdo a lo definido por una determinada estrategia; sin esa interacción y combinación no se está ante una empresa sino ante un ente jurídico solamente. Para lograrlo, la empresa define sus recursos y establece una combinación óptima de ellos de tal manera que se logren los objetivos y las metas que la estrategia definió. Esos recursos y su combinación es lo que se denomina una estructura de costos. En microeconomía también e llamada como la función de producción.

Se considera importante esta definición para la elaboración de la investigación, ya que aportan conocimientos para la posterior elaboración de la propuesta y para conocer de qué manera la estructura de costos mejoraría la prestación de los servicios de publicidad.

Manejo de la estructura de costos

Una estructura de costos tiene un formato conocido, clásico, que sigue muy de cerca al formato de una planilla de cálculo tipo Excel, por lo que su preparación no tiene mayores dificultades por ese lado. Tampoco por el lado de las cantidades existen muchos problemas ya que toda empresa tiene una función de producción que le es conocida y que contiene sus propias especificaciones.

Lo que hay que considerar cuidadosamente es la valoración. Preparar una estructura de costos con valores contables puede servir de pauta para controlar la contabilidad y el presupuesto, pero no para tomar decisiones de mediano y largo plazo. Las razones son muchas, y van desde la mecánica propia del modelo contable (sus sistemas de valoración de inventarios, por ejemplo) hasta la evolución de las variables socio-económicas de su entorno. Para contar con una estructura de costos que sirva para planificar y tomar decisiones se debe valorar con métodos que incluyan, de alguna manera, la variable futura.

Ingresos por venta

Los ingresos por ventas son el dinero que una empresa gana a través de la venta de sus productos o servicios. Se calculan multiplicando el número de unidades vendidas por el precio de venta por unidad. Es una medida crucial para evaluar el desempeño financiero de una empresa, ya que muestra cuánto dinero está generando por sus ventas antes de deducir cualquier gasto.

Es importante señalar que los ingresos por ventas no incluyen descuentos, devoluciones ni el costo de producción. Para obtener una visión completa de la rentabilidad, se deben considerar también los costos y gastos asociados.

Kotler (2019), conocido como uno de los pioneros del marketing moderno. Publicó varios estudios y artículos centrados en la optimización de ingresos por ventas. En uno de sus estudios más destacados, analiza cómo las estrategias de marketing digital han transformado la forma en que las empresas optimizan sus ingresos por ventas.

Al respecto expone que “las empresas que adoptaron la transformación digital incrementaron sus ingresos por ventas en un promedio del 20%”.de igual forma, plantea que al “implementar

estrategias de marketing de contenidos aumenta la retención de clientes y, en consecuencia, los ingresos recurrentes"

Este mismo autor habla sobre la segmentación de mercado, esta estrategia basada en datos de comportamiento del cliente, permitieron a las empresas fijar precios más efectivos y personalizados. Además, en sus publicaciones resalta la importancia de "utilizar herramientas de analítica avanzada para prever tendencias y comportamientos de compra".

Bases Legales

La presente investigación, se incluyen todas las referencias legales que soportan el tema o problema de la investigación en el caso de este trabajo de aplicación se toman como referentes legales:

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999)

En el Capítulo VII De los Derechos Económicos Artículo 112, Indica:

> "Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país".

Este artículo hace referencia a participar en la actividad económica de su elección, siempre y cuando no contravenga a las disposiciones constitucionales y legales. También la promoción de la iniciativa privada y la intervención del Estado para garantizar el desarrollo económico y social de país. A demás, busca equilibrar la libertad económica con la necesidad de regulación y planificación para asegurar un desarrollo económico sostenible y equitativo.

De igual forma, el artículo 117 de este capítulo señala:

> "Todas las personas tendrán derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, así como a una información adecuada y no engañosa sobre el contenido y características de los productos y servicios que consumen, a la libertad de elección y a un trato

> equitativo y digno. La ley establecerá los mecanismos necesarios para garantizar esos derechos, las normas de control de calidad y cantidad de bienes y servicios, los procedimientos de defensa del público consumidor, el resarcimiento de los daños ocasionados y las sanciones correspondientes por la violación de estos derechos" (p. 31)

Citando este artículo, señala el derecho que tienen las personas al disfrute de bienes y servicios, de eficacia, teniendo información adecuada sobre la calidad no engañosa del contenido de los productos o servicios que se prestan, estableciendo en la ley mecanismos necesarios para garantizar este derecho.

Ley del Impuesto Sobre la Renta (LISLR)

Esta ley establece las normativas fiscales relacionadas con el pago de impuestos sobre la renta.

El Artículo 1 de la Ley de Impuestos sobre la Renta de Venezuela establece lo siguiente:

> "Los enriquecimientos anuales, netos y disponibles obtenidos en dinero o en especie, causarán impuestos según las normas establecidas en esta Ley. Salvo disposición en contrario de la presente Ley, toda persona natural o jurídica, residente o domiciliada en la República Bolivariana de Venezuela, pagará impuestos sobre sus rentas de cualquier origen, sea que la causa o la fuente de ingresos esté situada dentro del país o fuera de él. Las personas naturales o jurídicas no residentes o no domiciliadas en la República Bolivariana de Venezuela estarán sujetas al impuesto establecido en esta Ley siempre que la fuente o la causa de sus enriquecimientos esté u ocurra dentro del país, aun cuando no tengan establecimiento permanente o base fija en la República Bolivariana de Venezuela".

El mencionado artículo establece que cualquier persona, ya sea residente o no, debe pagar impuestos sobre sus ingresos, independientemente de si estos se generan dentro o fuera del país, siempre que la fuente de esos ingresos esté en Venezuela.

Por su parte el Artículo 27 Capítulo III: De las Deducciones y del Enriquecimiento Neto. Establece

> "Las deducciones que se pueden hacer de la renta bruta para obtener el enriquecimiento neto global. Algunas de las deducciones permitidas incluyen: Sueldos, salarios y remuneraciones similares por servicios prestados, intereses de

> capitales invertidos en la producción de la renta, tributos pagados por razón de actividades económicas o bienes productores de renta, indemnizaciones a trabajadores con ocasión del trabajo, depreciación de activos permanentes y amortización de otros elementos invertidos en la producción de la renta, pérdidas sufridas en bienes destinados a la producción de la renta, gastos de traslado de nuevos empleados, pérdidas por deudas incobrables que reúnan ciertas condiciones, reservas obligatorias para empresas de seguros y de capitalización, costo de construcciones que deban hacer los contribuyentes en cumplimiento de la Ley Orgánica del Trabajo o disposiciones sanitarias".

Estas deducciones ayudan a reducir la renta bruta y, por lo tanto, el impuesto sobre la renta que se debe pagar.

Artículo 108, Capítulo II del Título II, de la Determinación del enriquecimiento neto establece:

> "Que las personas naturales no comerciantes y las sociedades de personas y comunidades no mercantiles que enajenen bienes susceptibles de generar rentas sujetas al impuesto, tienen derecho a actualizar el costo de adquisición y las mejoras de tales bienes, con base en la variación experimentada por el Índice de Precios al Consumidor" …

El artículo citado, regula la deducción de gastos necesarios para la obtención de ingresos teniendo relación con el trabajo de aplicación antes mencionado.

Ley de Protección al Consumidor

Esta ley protege los derechos de los consumidores y establece obligaciones para los proveedores de bienes y servicios.

Artículo 2:

Este artículo establece que las disposiciones de la ley son de "orden público e irrenunciables" por las partes. Esto significa que las normas establecidas en la ley no pueden ser modificadas o renunciadas por acuerdo entre las partes involucradas, ya que están destinadas a proteger los

derechos de los consumidores y usuarios de manera universal. Por tal motivo define los derechos del consumidor.

Artículo 24:

Instaura que "los proveedores de bienes y servicios deben garantizar la calidad de los mismos, cumpliendo con las normas y estándares establecidos por las autoridades competentes. Además, deben proporcionar información clara y veraz sobre las características y composición de los productos y servicios ofrecidos".

El articulo mencionado establece las responsabilidades de los proveedores por lo que tienen referencia con este trabajo de aplicación debido a que se busca obtener un ingreso por ventas de los productos y esto se garantiza a través de los bienes y servicios ofrecidos por los proveedores.

Artículo 50:

Establece que "los consumidores y usuarios tienen derecho a reparación efectiva por los daños y perjuicios sufridos debido a la falta de cumplimiento de las obligaciones legales por parte de los proveedores de bienes y servicios. Esto incluye la posibilidad de obtener compensaciones económicas y la reparación de los daños ocasionados".

Por lo antes mencionado este artículo hace referencia a las garantías y responsabilidades por productos defectuosos por lo que es de gran utilidad para el presente trabajo porque la Torrefactora debe garantizar un producto de calidad a sus consumidores.

Ley de Propiedad Intelectual

Esta ley protege los derechos de propiedad intelectual y establece las normativas para el registro y protección de patentes, marcas y derechos de autor.

Artículo 1:

Este artículo define que la ley "tiene como objetivo la protección de los derechos de los autores sobre todas las obras del ingenio, de carácter literario, científico o artístico, cualesquiera

sean su género, forma de expresión, mérito o destino. También protege los derechos conexos que se derivan de estas obras".

Decreto Nº 2.092 con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Precios Justos (2015)

El Decreto N° 2.092 de la Asamblea Nacional de Venezuela, publicado en la Gaceta Oficial N° 6.202 Extraordinario el 8 de noviembre de 2015, establece el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Precios Justos. tiene como objetivo establecer las normas para la determinación de precios de bienes y servicios, los márgenes de ganancia, los mecanismos de comercialización y los controles necesarios para garantizar el acceso de las personas a bienes y servicios a precios justos, con el fin de proteger los ingresos de los ciudadanos y muy especialmente el salario de los trabajadores.

El decreto busca asegurar que los precios sean justos y equitativos, protegiendo a los consumidores de prácticas especulativas y abusivas que puedan afectar su calidad de vida.

El Artículo 1 del Decreto N° 2.092 establece que:

> "El objetivo principal de la Ley de Precios Justos es garantizar el acceso de las personas a bienes y servicios a precios justos, con el fin de proteger los ingresos de los ciudadanos y muy especialmente el salario de los trabajadores. La ley busca asegurar que los precios sean justos y equitativos, protegiendo a los consumidores de prácticas especulativas y abusivas que puedan afectar su calidad de vida".

Por otro lado, el Artículo 2 señala:

> "Los márgenes de ganancia para bienes y servicios serán determinados por el Ejecutivo Nacional, a través del Ministerio del Poder Popular para la Economía, Finanzas y Banca Pública, en coordinación con las instituciones competentes. Estos márgenes de ganancia deben garantizar que los precios sean justos y razonables, evitando prácticas especulativas y abusivas que puedan afectar negativamente a los consumidores".

Este articulo tiene como finalidad fiscalizar a las empresas y establecer precios justos para los bienes y servicios que ofrecen, asegurando márgenes de ganancias adecuados. Esto contribuye al desarrollo económico del país al equilibrar la protección al consumidor con la vialidad de los productores y comerciantes.

Estas bases legales proporcionan un marco sólido para la implementación y sostenibilidad del proyecto, asegurando que todas las actividades se realicen conforme a la normativa vigente.

Sistema de Variables

Un sistema de variables se puede definir como todo aquello que se va a medir, controlar y estudiar en una investigación o estudio. Estas variables son las características por estudiar, definidas de manera específica para el análisis correspondiente. Existen diferentes tipos de variables, se puede apreciar que, según su grado de abstracción, las variables se podían dividir en variables generales, intermedias y empíricas o indicadores.

Es importante indicar que en todo proceso de investigación se plantean variables, ya que las mismas, permiten relacionar algunos conceptos y hacen referencia a las características que el investigador va a estudiar, en este sentido, Ramírez (1999) plantea que una variable es: "La representación característica que puede variar entre individuos y presentan diferentes valores" (p.25).

De igual manera, Méndez (1999), indica que la variable representa: "Los elementos, factores o términos que pueden asumir diferentes valores cada vez que son examinados, o que reflejan distintas manifestaciones de acuerdo al contexto en el que se presentan" (p. 36).

En este sentido, una variable presenta una condición apta de soportar variaciones en las particularidades que esta tenga. Para el presente trabajo de aplicación, se establecerá como variable la estructura de costos para la optimización de ingresos por venta.

Estrategias de Costo

Para Rodríguez, J. A. M. (2021) "Las estrategias de costos implican la optimización de los procesos productivos y la gestión eficiente de recursos, con el objetivo de ofrecer precios competitivos y maximizar la rentabilidad". (p. 45)

Ingresos por ventas

Según Álvarez y otros (2004) y Guajardo (2005), los ingresos son los beneficios que una empresa obtiene por la venta de un producto o la prestación de un servicio. Los ingresos por ventas son una métrica fundamental para evaluar el rendimiento empresarial, la rentabilidad, la confianza de los inversores y la toma de decisiones estratégicas.

Cuadro N° 1. Operacionalización de Variables

Operacionalización de las Variables (Tabla de Variables)

Objetivo General: Desarrollar una estrategia de costos para la optimización de ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A, Sanare, Estado Lara.

Objetivos específicos	Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems
• Diagnosticar la situación actual de los ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A., Sanare, Estado Lara. • Diseñar una estrategia de costos para la optimización de ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A., Sanare, Estado Lara. • Implementar una estrategia de costos para la optimización de ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A., Sanare, Estado Lara. • Evaluar la estrategia de costos para la optimización de ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A., Sanare, Estado Lara.	**Estrategias de Costos**	Para Rodríguez, J. A. M. (2021) "Las estrategias de costos implican la optimización de los procesos productivos y la gestión eficiente de recursos, con el objetivo de ofrecer precios competitivos y maximizar la rentabilidad.	Estratégica	Eficiencia en la gestión de recursos	1
				Reducción de costos operativos	2
				Productividad de los procesos productivos	3
				Control de inventario y costos de almacenamiento	4
				Costos unitarios de producción	5
				Optimización del ciclo de producción	6
				Análisis de precios competitivos	7
				Costos fijos	8
				Costos variables	9
	Ingresos por Venta	Según Álvarez y otros (2004) y Guajardo (2005), los ingresos son los beneficios que una empresa obtiene por la venta de un producto o la prestación de un servicio. Los ingresos por ventas son una métrica fundamental para evaluar el rendimiento empresarial, la rentabilidad, la confianza de los inversores y la toma de decisiones estratégicas.	Financiera	Volumen de ventas	10
				Valor total de ventas	11
				Precio promedio de venta	12
				Crecimiento de los ingresos por venta	13
				Rentabilidad de las ventas	14
				Tasa de conversión de ventas	15
				Participación de mercado	16

Fuente: Escalona, García (2025)

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico es un conjunto de principios, enfoques, procedimientos y técnicas que guían el proceso de investigación o estudio. Según Franco (2011) lo define como: "El conjunto de acciones destinadas a describir y analizar el fondo del problema planteado, a través de procedimientos específicos que incluye las técnicas de observación y recolección de datos, determinando el "cómo" se realizará el estudio" (p. 118). Es decir, el marco metodológico es la estructura que orienta y respalda todo el proceso de investigación.

Enfoque de la investigación

La presente investigación se basa en el enfoque cuantitativo, el cual emplea la recolección y análisis de datos para responder a preguntas de investigación y probar hipótesis. Según Babbie (2016), "El enfoque cuantitativo se caracteriza por la recolección y análisis de datos numéricos, con el objetivo de medir variables y establecer relaciones causales entre ellas" (p. 25). Por lo tanto, este trabajo de aplicación se centró en el enfoque cuantitativo, ya que permitió al grupo investigador llevar a cabo estudios empíricos y rigurosos que proporcionan información objetiva y cuantificable sobre los fenómenos que fueron estudiados.

Paradigma

Esta investigación se fundamenta en el paradigma positivista, el cual promueve el uso de métodos cuantitativos, la recolección de datos objetivos y la aplicación de técnicas estadísticas para analizar y generalizar los resultados. Según Nagel (2006), el paradigma positivista se caracteriza por "la creencia de que el conocimiento científico debe basarse únicamente en hechos

observables y medibles, y que las teorías deben ser formuladas y contrastadas empíricamente" (p. 45). De esta manera, busca establecer un conocimiento científico basado en la observación empírica, la experimentación y el análisis cuantitativo.

Por lo tanto, esta investigación se adscribe al paradigma positivista, ya que se enfoca en el análisis cuantitativo de las Estrategias de costos para la optimización de ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A., Sanare, Estado Lara. Además, buscó establecer relaciones causales y realizar predicciones a través de un modelo de estrategias para la optimización, lo cual se alinea con los principios del paradigma positivista. La aplicación de teorías generales, como la teoría de estrategia y costos en este trabajo, que demuestra la relevancia del paradigma positivista en esta investigación.

Tipo de investigación

En cuanto al tipo de investigación, se llevó a cabo la investigación de campo. Según Arias (2006) una investigación de campo "consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna" (p. 31). Como se indicó, este tipo de investigación se realizó a través de la recolección de datos primarios, es decir, información que se obtuvo directamente de los sujetos de estudio, mediante técnicas como la observación directa, las entrevistas, los cuestionarios, encuestas, entre otros.

Lo cual significó, que al realizar la presente investigación se tomaron y buscaron los datos principales de la Torrefactora Cerro Negro C.A, para así obtener información precisa y detallada que proporcionó una visión más profunda y contextualizada de los datos de la misma.

Diseño de la investigación

Para Sánchez, Reyes y Mejía (2018) el diseño de investigación es: “el “modelo que adopta el investigador para precisar un control de las variables del estudio” (p. 53). Además, Sabino (2000) expresa que: “Su objeto es proporcionar un modelo de verificación que permita contrastar hechos con teorías, y su forma es la de una estrategia o plan general que determina las

operaciones necesarias para hacerla". (p. 91). Es importante señalar, que existen dos tipos de investigación, la experimental y la no experimental.

En este caso, el presente trabajo de aplicación esta fomentado en la no experimental. Debido a que en la investigación no experimental implica la observación de fenómenos o acontecimientos tal y como suceden en su entorno natural, seguido por un análisis. En este tipo de estudio, no se crea ninguna situación, si no que se observan las situaciones que ya existen. Además, las variables no son manipuladas ni controladas. Ya que, el investigador solo observa los hechos tal y como ocurren en su ambiente natural, obteniendo los datos de forma directa para su posterior estudio.

De esta manera, Kerlinger y Lee (2002) nos dicen que: "La investigación no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o a que son inherentemente no manipulables" (p. 504).

Este estudio es no experimental debido a que se observaron situaciones existentes tales como, no utilizar estrategias adecuadas para la optimización de ingresos por ventas en la Torrefactora Cerro Negro C.A., Esto se pudo detectar mediante una encuesta dirigida al personal, la cual permitió conocer y observar los fenómenos que estaban causando problemas financieros.

Nivel de la investigación

Valderrama (2017), expresa que, según su naturaleza o profundidad el nivel de una investigación "Se refiere al grado de conocimiento que posee el investigador en relación con el problema, hecho o fenómeno a estudiar. De igual modo cada nivel de investigación emplea estrategias adecuadas para llevar a cabo el desarrollo de la investigación" (p. 42). En la investigación, se pueden encontrar diferentes niveles, como exploratorio, descriptivo, explicativo, correlacional, cuantitativo, cualitativo, aplicado, entre otros.

En el presente trabajo de aplicación, su nivel de investigación es descriptivo. Ya que, se centra en definir las características de un fenómeno, sin enfocarse en el "por qué" se produce. En

este tipo de estudio, se buscó proporcionar una descripción detallada de los aspectos observados, sin necesariamente buscar explicar las causas o relaciones entre variables.

Para este trabajo de aplicación se toma este tipo de investigación debido a que está centrada en buscar que factores afectan al no implementar de estrategia contable para la optimización de ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A. El cual fue de ayuda para determinar la manera ideal de contrarrestar dichos factores y lograr la optimización de dicha empresa.

Población y muestra

La población

Se refiere al conjunto completo de elementos o individuos que se desea estudiar o analizar. Para Tamayo y Tamayo (2003), "La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación" (p. 114).

Es importante señalar que, en el presente trabajo de aplicación, la población está conformada por tres (3) personas, quienes son los encargados de la compra y venta del café, todo el proceso de tostado y empaquetado y del marketing y publicidad de la Torrefactora Cerro Negro C.A., ubicada en Sanare, Estado Lara.

Cuadro N°2. Grupo poblacional.

Grupo poblacional	**Cantidad**
Gerente general	1
Sub-gerente	1
Obrero	1
Total	**3**

Fuente: Escalona, García (2025).

Con respecto a la muestra, la cual se refiere a un subconjunto seleccionado de la población total que se utiliza para obtener información y realizar inferencias sobre la población en subconjunto. Según Arias (2006), "La muestra es un subconjunto representativo y finito que se

extrae de la población accesible" (p. 83). De esta manera, la muestra quedó determinada por el universo total de la población, por lo que se utilizó el muestreo censal, es decir, se tomó toda la población.

Al respecto, Namakforoosh (2005), lo define como: "El censo es el recuento de todos los elementos de la población. Se realiza cuando se desea conocer no sólo las características de la muestra, sino de todos los elementos de la población. En este caso no hay muestreo, sino que se estudia el universo total" (p. 182). Entonces, la investigación se llevó a cabo sobre la totalidad de la población, y el muestreo es el censal. Permitiendo así, obtener información precisa y detallada de todos los elementos que conforman el universo de estudio.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos se refieren a las diversas formas y herramientas utilizadas para obtener información en una investigación. Según Bernal Torres (2010). "Las técnicas e instrumentos para recolectar información son medios que utiliza el investigador para medir el comportamiento y atributos de las variables involucradas en el estudio" (p. 192). Estas técnicas pueden incluir métodos como encuestas, entrevistas, observación, análisis de redes sociales, análisis de texto, entre otros.

Técnica

Las técnicas de recolección de datos son un conjunto de diferentes herramientas que permiten recopilar información de forma hábil y eficaz con fines de investigación y análisis. Los proyectos de investigación suelen incluir la combinación de múltiples técnicas de recolección de datos para garantizar la validez y confiabilidad de una investigación**.**

Según Arias (2012), expone que la técnica “es el procedimiento o forma particular de obtener datos de información” (p. 65) Para el desarrollo del presente trabajo de aplicación, se obtuvo la información y los datos necesarios mediante la técnica de la encuesta.

Para Tamayo (2002), la encuesta “contiene todos los elementos relacionados con los fenómenos a investigar, permitiendo aislar ciertos problemas que interesan, principalmente

reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio". (p. 82). Por lo anterior descrito, se toma para este trabajo esta técnica porque se aplica directamente a la problemática planteada.

Instrumentos

Son las herramientas específicas que utiliza un investigador para recopilar datos, como cuestionarios, escalas de medición, dispositivos de observación, entre otros. Para Tamayo y Tamayo (2003), "Los instrumentos de recolección de datos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información" (p. 182).

Para la presente investigación se utilizó como instrumento un cuestionario que según Dillman (2014), "Son aquellas en las que el encuestado debe ceñir su respuesta a una lista de alternativas ofrecidas. Generalmente, este tipo de preguntas es preferible cuando el tema objeto de estudio ha sido previamente investigado y es conocido por la población"

Cabe resaltar que la información que se obtuvo para el presente estudio, fue recogida a través de un instrumento diseñado adecuadamente para levantar, examinar y descifrar la información necesaria partiendo un cuadro de variables. El instrumento que se aplicó consta de dieciséis (16) preguntas cerradas o dicotómicas.

Las preguntas dicotómicas son un tipo de pregunta cerrada que ofrece solo dos opciones de respuesta, como "Sí/No" o "Verdadero/Falso". Cruz y Garnica (2006), "es aquel donde todas las preguntas solo tienen dos alternativas de respuestas, son afirmativas o negativas".

Por tal motivo, quiere decir que el instrumento tiene preguntas del tipo dicotómicas con opciones Si/No, ya que se estructuró para que los informantes escogieran una de las alternativas de respuesta que más se acerque a la pregunta formulada.

Validez y confiabilidad

Validez

La validez, se refiere a la precisión y exactitud con la que una herramienta o instrumento de medición evalúa lo que pretende evaluar. Según Martínez Rizo (2012), expresa que: "La validez hace referencia al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir" (p. 4). Cabe destacar, que esta es realizada por el juicio de expertos. Para Hernández, Fernández y Baptista (2014). "El juicio de expertos es una opinión informada de personas con trayectoria en el tema, que son reconocidas por otros como expertos cualificados en éste, y que pueden dar información, evidencia, juicios y valoraciones" (p. 204).

Para este estudio la validez se realizó por tres (3) expertos, dos especialistas en el área contable y un especialista metodológico quienes revisaron, analizaron y verificaron su contenido, para ver si corresponde con el objetivo.

Confiabilidad

Se relaciona con la consistencia y estabilidad de los resultados obtenidos a través de la herramienta o instrumento de medición. Para Kerlinger (2002), "La confiabilidad se refiere al grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes" (p. 134). En decir, que la confiabilidad se enfoca en la consistencia de los resultados obtenidos.

Para el presente estudio se determinó la confiabilidad del instrumento, utilizando un análisis llamado el Análisis de Homogeneidad de los Ítems, mediante el Coeficiente KR-20 (Kuder y Richardson). Este es un método utilizado para evaluar la consistencia interna de una medida basada en datos dicotómicos con dos alternativas de respuesta.

Cuadro N° 3. Cálculo de Confiabilidad.

	PREGUNTAS																
INDIVIDUOS	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	
1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	6
2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	4
3	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	10
Totales	0	0	2	1	0	0	3	3	0	3	3	1	1	2	0	1	
P	0,00	0,00	0,67	0,33	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,33	0,33	0,67	0,00	0,33	
Q	1,00	1,00	0,33	0,67	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,67	0,67	0,33	1,00	0,67	
p*q	0,00	0,00	0,22	0,22	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,22	0,22	0,22	0,00	0,22	
∑ (p*q)	1,33																
o^2	9,33																
K	16																

Leyenda:
K= Numero de ítems del instrumento.
p= Porcentaje de personas que responde correctamente cada ítem.
q= Porcentaje de personas que responde incorrectamente cada ítem.
O^2= Varianza total del instrumento.

KR-20	Interpretación
0,9 - 1	EXCELENTE
0,8 - 0,9	BUENA
0,7 - 0,8	ACEPTABLE
0,6 - 0,7	DEBIL
0,5 - 0,6	POBRE
<0,5	INACEPTABLE

$$r_{kr20} = \binom{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum pq}{o^2}\right)$$

$\left(\frac{k}{k-1}\right)$ › 1,07

$\left(1 - \frac{\sum pq}{o^2}\right)$ › 0,86

› **KR-20** 0,91

Fuente: Escalona, García (2025).

La confiabilidad arrojó como resultado un valor de **0,91,** lo cual según la interpretación en esta escala es excelente, es decir, es de alta confiabilidad.

Técnica de análisis de la información

Las técnicas de análisis de la información son métodos y procesos utilizados para examinar, interpretar y obtener perspectivas útiles a partir de los datos recopilados. Según Bernal Torres (2010). "Las técnicas de análisis e interpretación de la información son los procedimientos que el investigador utiliza para hacer del material recogido, un todo coherente y significativo" (p. 198). Además, Hernández, Fernández y Baptista (2014). Expresan que: "El análisis de datos se efectúa tomando en cuenta los niveles de medición de las variables y el diseño de la investigación" (p. 272).

Para el presente estudio la técnica de análisis de la información se realizó a través de un análisis estadístico, los cuales se someten al proceso de codificación, luego se elaboraron los cuadros estadísticos, expresando los porcentajes y los indicadores correspondientes a las variables en estudio, luego se procedió a la tabulación de los mismos y por último se realizó una interpretación.

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo se le da respuesta a los objetivos específicos planteados al inicio del presente trabajo de aplicación, iniciando con el diagnóstico, observando la situación actual de los ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A., Sanare, Estado Lara. Con el estudio de la situación actual de la empresa mediante la aplicación de una encuesta aplicada a una población de 3 personas con el propósito de analizar el comportamiento de las personas en relación a la aplicación de estrategias que incremente el nivel de ventas y a su vez para brindar información pertinente a la investigación.

Los resultados fueron representados mediante técnicas estadísticas para manejar los datos en gráficos en forma de barra para lograr una mejor visualización de la información conseguida a través de la encuesta seguidamente del análisis de interpretación de los resultados a cada pregunta.

Tabla N°1. Tabla de frecuencia 1

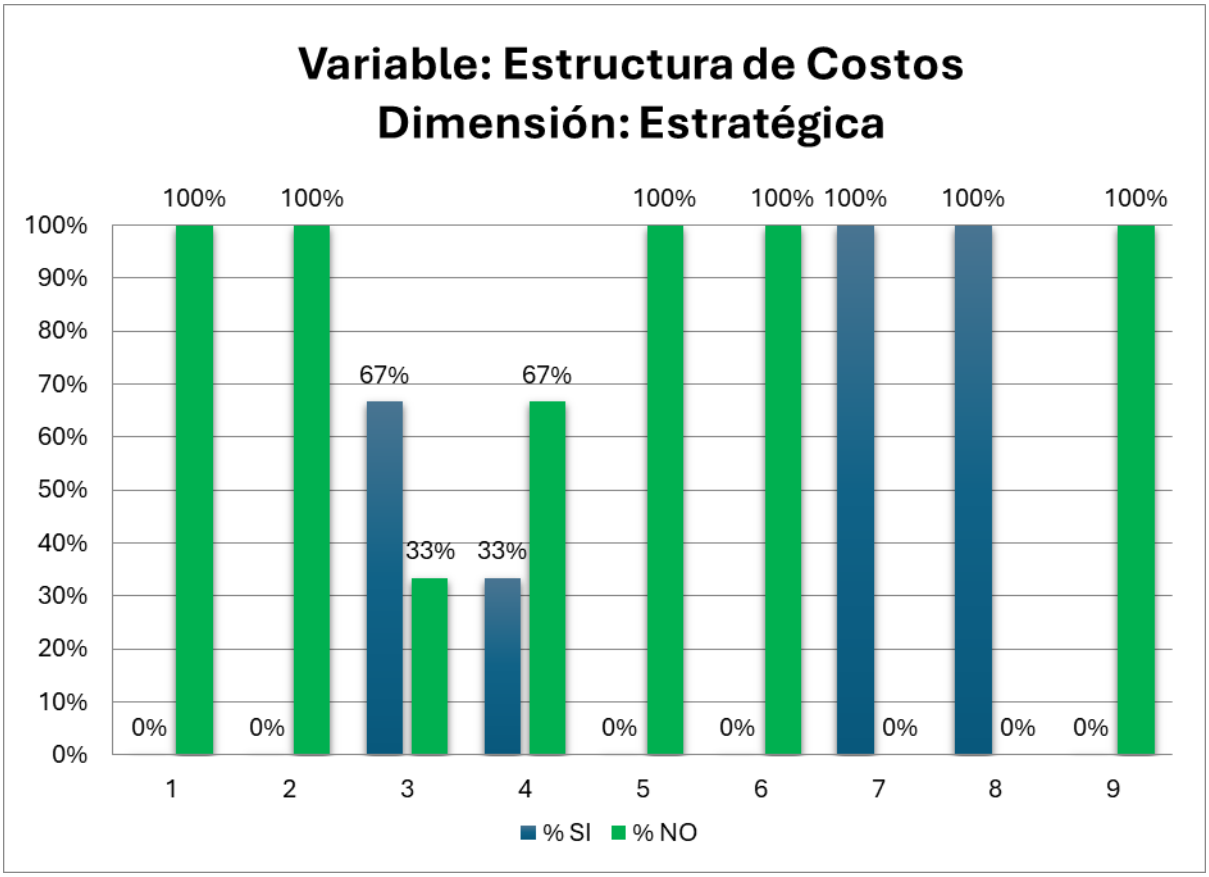
Variable: Estrategias de Costos

Dimensión: Estratégica

Ítems	Indicadores	Frecuencia			
		SI	%	NO	%
1	Eficiencia en la gestión de recursos	0	0%	3	100%
2	Reducción de costos operativos	0	0%	3	100%
3	Productividad de los procesos productivos	2	67%	1	33%
4	Control de inventario y costos de almacenamiento	1	33%	2	67%
5	Costos unitarios de producción	0	0%	3	100%
6	Optimización del ciclo de producción	0	0%	3	100%
7	Análisis de precios competitivos	3	100%	0	0%
8	Costos fijos	3	100%	0	0%
9	Costos variables	0	0%	3	100%

Fuente: Escalona, García (2025).

Gráfico N°1: Dimensión Estratégica



Análisis de la dimensión Estratégica

Para el análisis de la variable estrategia de costo, es necesario establecer que la dimensión estratégica, según Henry Mintzberg (1994), "habla sobre la importancia de entender la estrategia no solo como una serie de planes estáticos, sino como un proceso dinámico que implica la evaluación de múltiples dimensiones" (p. 4).

Tomando en cuenta la dimensión antes mencionada, se toma como variable la estrategia de costo, esta ha sido discutida por múltiples autores a lo largo de los años. Un autor destacado en este ámbito es John Shank (2018), quien escribió sobre la gestión estratégica de costos y analiza "cómo las empresas pueden lograr una ventaja competitiva a través de estrategias de reducción de costos" (p. 8).

En este sentido, dándole respuestas a los ítems, el 100% de los encuestados expresan que no se han establecido un presupuesto específico para la gestión de recursos de sus operaciones, y que los costos de materia prima y producción no han disminuido en comparación al año anterior, un 67% exponen que el personal no está capacitado para realizar correctamente las tareas y optimizar los procesos productivos, un 100% dicen que no realizan un seguimiento de los costos de almacenamiento junto con el control de inventario del café y no hacen un análisis constantemente del costo unitario de producción para el tostado del café.

En el mismo se pudo apreciar, que un 100% de los encuestados ostentan que no se establece indicadores de rendimiento para medir la eficiencia del ciclo de producción y que no se hacen los ajustes en sus precios considerando los precios de la competencia. Un 100% está de acuerdo que incluye en sus costos fijos el alquiler de las instalaciones, sin embargo, un 100% coinciden que no tienen proveedores fijos para asegurar precios estables en la materia prima.

Tomando en cuanta toda la información recabada a través del instrumento aplicado, se puede decir que en la empresa no llevan una buena estrategia de costo trayendo consecuencias negativas, tales como: Pérdida de competitividad, debido a que, si la empresa no gestiona sus costos de manera eficiente, sus precios pueden ser menos competitivos comparados con los de sus competidores.

Por otra parte, la falta de control de costos puede llevar a un aumento de gastos, lo cual afecta directamente los márgenes de beneficio. A demás, por la falta de estrategias de costo adecuadas, puede haber ineficiencias operativas y desperdicio de recursos, puede existir dificultad para invertir por los altos costos operativos, así como reducir la capacidad de la empresa para invertir en nuevas oportunidades o innovaciones.

Otro de los puntos importantes al no aplicar estrategias es que existe el riesgo financiero porque una mala gestión de costos puede llevar a problemas de liquidez y solvencia, poniendo en riesgo la estabilidad financiera de la empresa y por último si los costos no se controlan, la empresa podría verse obligada a reducir la calidad de sus productos o servicios para compensar los gastos.

Es importante agregar, que implementar estrategias de costo es crucial para mantener la competitividad y la salud financiera de una empresa.

Tabla N°2. Tabla de frecuencia 2

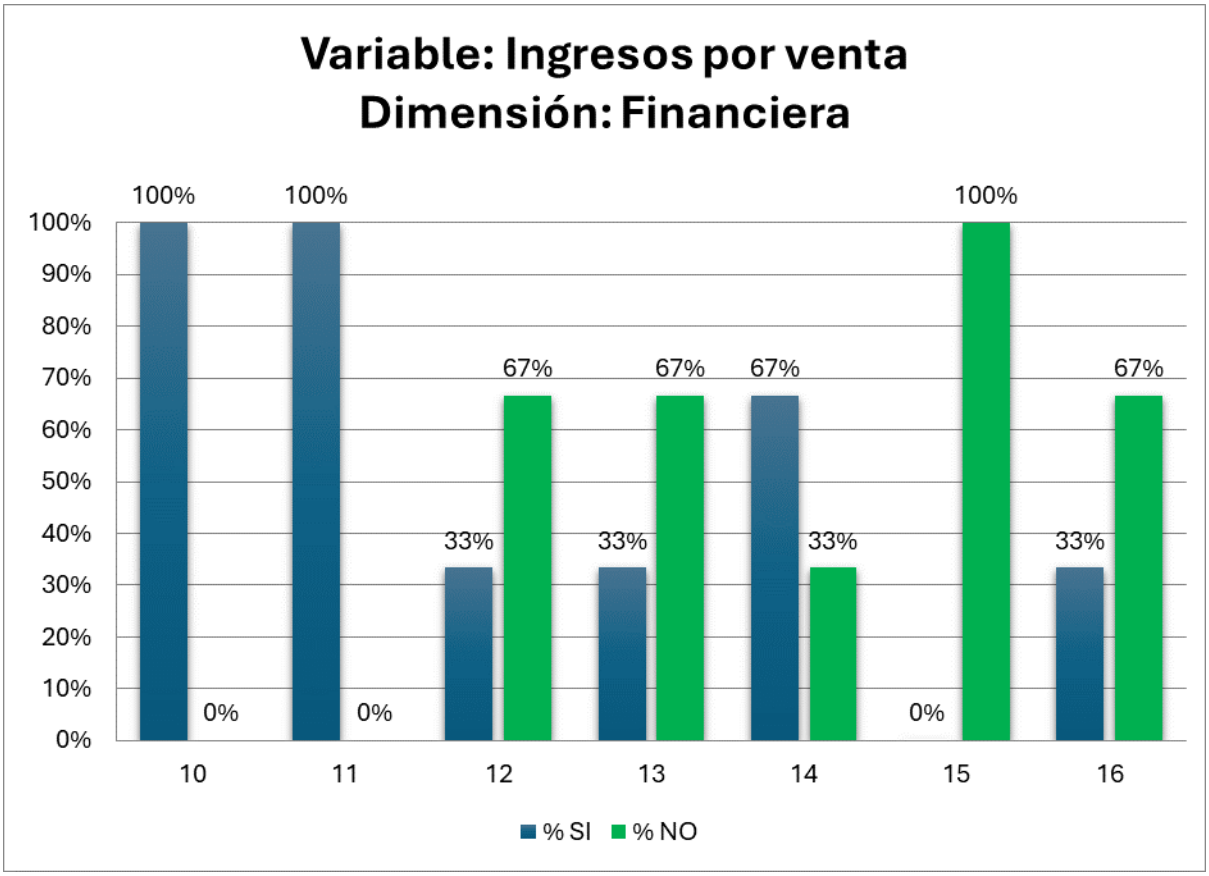
Variable: Ingresos por venta

Dimensión: Financiera

Ítems	Indicadores	Frecuencia			
		SI	%	NO	%
10	Volumen de ventas	3	100%	0	0%
11	Valor total de ventas	3	100%	0	0%
12	Precio promedio de venta	1	33%	2	67%
13	Crecimiento de los ingresos por venta	1	33%	2	67%
14	Rentabilidad de las ventas	2	67%	1	33%
15	Tasa de conversión de ventas	0	0%	3	100%
16	Participación de mercado	1	33%	2	67%

Fuente: Escalona, García (2025).

Gráfico N°2: Dimensión Financiera.



Análisis de la dimensión Financiera:

Kotler (2019), se refiere a esta dimensión como "una medida cuantitativa que se utiliza para evaluar el desempeño financiero de una empresa. Estas dimensiones pueden incluir ingresos, costos, márgenes de beneficio, flujo de caja, y otros indicadores financieros clave". El mismo "enfatiza la importancia de monitorear estas dimensiones para tomar decisiones informadas y estratégicas que mejoren la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa"

Tomando como referencia esta dimensión, se hizo necesario tomar para la variable los ingresos por ventas que según el mismo autor expresa que "los ingresos por ventas se refieren al dinero que una empresa genera a través de la venta de sus productos o servicios, destacando que los ingresos por ventas son una medida crucial para evaluar el desempeño financiero de una empresa y son fundamentales para la planificación estratégica y la toma de decisiones".

Tomando en cuenta lo antes descrito se realiza un análisis de los gráficos donde se puede apreciar que el 100% de la población exponen que, si han realizado ajustes en los precios para aumentar el volumen de ventas y que el valor total de ventas se ha visto afectado por factores externos, un 67% dice que no se realiza un análisis de mercado para establecer el precio promedio de ventas y que no han expandido su producto hacia otras ubicaciones para hacer crecer el ingreso por venta.

Por otro lado, un 67 % coincide que su margen de rentabilidad de ventas es suficiente para cubrir sus costos operativos. Sin embargo, un 100% indican que no muestran programa de fidelización de clientes para aumentar la tasa de conversión de ventas y un 67% concuerdan que sus precios y calidad del café son competitivos en el mercado.

Tomando en cuenta la información antes descrita, toda empresa debe llevar un registro preciso y detallado de los ingresos por ventas esto es fundamental para la salud financiera de la misma, debido a que si no existe una planificación estratégica puede existir problemas de liquidez ya que, sin un control preciso de los ingresos, la empresa podría enfrentar problemas de flujo de caja, lo que dificulta pagar a proveedores, empleados y otros gastos operativos. Esto puede llevar a una interrupción en las operaciones diarias.

También puede existir errores contables por la falta de registro de ingresos lo que afecta la precisión de los estados financieros y la capacidad de la empresa para tomar decisiones informadas. A demás sin datos precisos sobre los ingresos, es difícil realizar proyecciones financieras, presupuestos y establecer objetivos de ventas realistas. Esto puede afectar la capacidad de la empresa para planificar su crecimiento y desarrollar estrategias a largo plazo.

Otra de las dificultades que puede padecer la empresa es con el cumplimiento regulatorio ya que todas están obligadas a llevar registros precisos de sus ingresos para cumplir con las normativas fiscales y regulatorias. La falta de cumplimiento puede resultar en sanciones, multas y problemas legales.

Por otra parte, puede existir pérdida de confianza de inversores y acreedores porque esto va a depender de los estados financieros precisos para evaluar la salud financiera de una empresa. La falta de transparencia en los ingresos puede erosionar la confianza y dificultar la obtención de

financiamiento. Otras de las consecuencias serían la toma de decisiones erróneas, las decisiones empresariales basadas en información inexacta pueden ser perjudiciales. Por ejemplo, la empresa podría invertir en proyectos no rentables o ignorar áreas que requieren mejoras urgentes.

Otra de las consecuencias negativas que puede tener la empresa es en cuanto a la evaluación del desempeño, debido a que, sin un registro adecuado de ingresos, es difícil evaluar el desempeño de la empresa y de su equipo de ventas. Esto afecta la capacidad de motivar y recompensar a los empleados de manera justa. Por último, la falta de datos precisos sobre ventas puede dificultar la evaluación de la efectividad de la estrategia de precios y ajustar los precios para maximizar los ingresos y la rentabilidad. Si una empresa no lleva un registro adecuado de sus ingresos por ventas, puede enfrentar todas estas consecuencias negativas y así afectar su operación y su viabilidad a largo plazo.

CAPÍTULO V

MAXIMIZACIÓN DE LA RENTABILIDAD FINANCIERA A TRAVÉS DE LA ESTRATEGIA DE COSTO PARA EL INCREMENTO DE INGRESOS EN LA TORREFACTORA CERRO NEGRO C.A

Introducción

En un mundo empresarial cada vez más competitivo, las empresas se enfrentan al desafío constante de optimizar sus operaciones para mantener su relevancia y rentabilidad. La gestión eficiente de los costos y la implementación de estrategias que permitan incrementar los ingresos son fundamentales para asegurar la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de cualquier organización.

El presente trabajo de aplicación titulado "Maximización de la Rentabilidad Financiera a Través de Estrategias de Costos para el Incremento de Ingresos", tiene como objetivo principal identificar y aplicar tácticas efectivas que permitan a la empresa no solo reducir sus gastos operativos, sino también aprovechar oportunidades de mercado para aumentar sus ingresos. Al hacerlo, se busca mejorar significativamente la rentabilidad financiera de la empresa y fortalecer su posición en el mercado.

Este proyecto es especialmente relevante en el contexto actual, donde las empresas deben adaptarse rápidamente a cambios en el entorno económico, tecnológico y competitivo. Las estrategias de costos propuestas en este trabajo no solo tienen el potencial de generar ahorros importantes, sino que también pueden fomentar la innovación y la mejora continua en los procesos operativos.

A lo largo de este trabajo, se presentará un análisis detallado de las estrategias de costos más efectivas, se evaluará la viabilidad económica, financiera, técnica y social del proyecto, y se proporcionarán recomendaciones concretas para su implementación. Con una planificación adecuada y un enfoque centrado en la optimización de recursos, este proyecto tiene el potencial de transformar la manera en que la empresa opera y maximizar su rentabilidad financiera de manera sostenible.

Justificación

En el contexto actual, donde las empresas enfrentan una competencia feroz y mercados en constante cambio, es fundamental implementar estrategias que permitan optimizar los recursos y maximizar la rentabilidad. Con este trabajo se busca abordar esta necesidad mediante la identificación y aplicación de tácticas efectivas de reducción de costos y aumento de ingresos, entre los cuales se pueden mencionar: Implementación de estrategias de costos, esta no solo implica recortar gastos, sino también innovar en procesos y prácticas operativas, conduciendo a mejoras significativas en la eficiencia y la calidad.

Es importante agregar, que la maximización de la rentabilidad financiera no solo beneficia a la empresa, sino también a sus stakeholders, incluyendo empleados, clientes, proveedores y accionistas. Un negocio rentable puede reinvertir en su crecimiento, ofrecer mejores condiciones laborales y generar valor a largo plazo.

La mejora de la rentabilidad financiera a través de estrategias responsables puede contribuir al bienestar de la comunidad y al desarrollo económico local.

Por otra parte, se justifica debido a que la empresa puede tener una mejor sostenibilidad y resiliencia permitiéndole mantener operaciones estables incluso en períodos de crisis económica, minimizando el riesgo de pérdidas significativas. De igual forma, puede tener un valor a largo plazo y así poder realizar inversiones en tecnología eficiente, prácticas operativas optimizadas y generar un flujo de ingresos más predecible y constante.

Por último, puede obtener una diferenciación en el mercado, permitiendo desigualar en un mercado saturado mediante la oferta de productos o servicios a precios más accesibles. Esto no solo atrae a consumidores sensibles a los precios, sino también puede capturar mercados desatendidos.

Es importante agregar, que, para lograr maximizar la rentabilidad financiera a Través de Estrategias de Costos para el Incremento de Ingresos, se requiere de un análisis detallado y un compromiso con la eficiencia sin comprometer la calidad del producto o servicio ofrecido. En definitiva, es una ruta viable y poderosa para obtener mejor rentabilidad financiera y mejores ingresos por ventas y así fortalecer la posición competitiva de esta empresa**.**

Viabilidad

Se refiere a la capacidad de algo para ser llevado a cabo con éxito, considerando recursos, tiempo, y condiciones favorables. Para Kotler (1997), "la viabilidad de un proyecto se refiere a su capacidad para ser exitoso en términos de mercado, considerando la demanda, competencia, y recursos disponibles".

Según lo antes mencionado, se puede decir, que un estudio de viabilidad es un análisis que se realiza para determinar la factibilidad de un proyecto o una idea, además, es un proceso que evalúa la capacidad de un proyecto para lograr sus objetivos y ser rentable, el objetivo principal de este estudio de viabilidad es determinar si el proyecto es viable y si merece la inversión. Este es fundamental en la toma de decisiones empresariales, ya que permite evaluar los riesgos y beneficios de un proyecto y determinar si es factible implementarlo.

Viabilidad Empresarial

Para evaluar la viabilidad empresarial de este proyecto, se deben considerar varios factores clave dentro de la empresa: Análisis de costos, para ello la empresa debe identificar y cuantificar todos los costos asociados al proyecto, incluyendo costos fijos y variables. Esto incluye gastos operativos, materiales, mano de obra, entre otros. Proyecciones de ingresos, se debe estimar los

ingresos que se pueden generar a través de las estrategias propuestas. Esto se puede realizar a través de un análisis de mercado, estudios de demanda y proyecciones financieras a corto y largo plazo.

Por otra parte, la Torrefactora debe tener un punto de equilibrio, determinando el punto en el que los ingresos cubren todos los costos, lo que indica cuándo el proyecto comenzará a ser rentable. Otro factor muy importante para obtener esta viabilidad es realizar un análisis de competencia, evaluar la competencia en el mercado y cómo las estrategias de costos pueden proporcionar una ventaja competitiva. Así como también los riesgos y oportunidades, identificando posibles riesgos que puedan afectar la viabilidad del proyecto y oportunidades que puedan mejorar su éxito.

Por último, es de gran relevancia para la empresa la sostenibilidad, asegurarse de que las estrategias de costos no comprometan la calidad del producto o servicio, y que puedan ser implementadas de manera sostenible a largo plazo.

Al considerar estos factores, se puede realizar una evaluación completa de la viabilidad empresarial del proyecto y tomar decisiones informadas para maximizar la rentabilidad financiera.

Viabilidad Técnico

La viabilidad técnica se refiere a la capacidad de un proyecto para ser llevado a cabo con los recursos técnicos disponibles y bajo las condiciones operativas establecidas.

Evaluar la viabilidad técnica de este trabajo implica analizar varios aspectos clave relacionados con la tecnología y la infraestructura de la empresa, pues va a depender en gran medida de la capacidad de la empresa para implementar y gestionar nuevas tecnologías de manera efectiva y si cuenta o no con una infraestructura adecuada, capacitación continua del personal, y una gestión robusta de proyectos y seguridad, obteniendo esto, esta empresas puede reducir costos operativos y mejorar su competitividad en el mercado.

Viabilidad Contable

Este se refiere a la capacidad de la empresa para registrar, controlar y gestionar adecuadamente los costos y beneficios asociados con esta estrategia y se va a lograr porque la empresa para implementar sistemas contables eficientes, realiza un seguimiento riguroso de los costos y beneficios, y cumple con las normativas contables y fiscales. Con esta gestión contable adecuada, pueden optimizar sus costos operativos, mejorar su rentabilidad y asegurar una toma de decisiones informada y efectiva.

Viabilidad Económica

La viabilidad económica se refiere a la capacidad de un proyecto, negocio o inversión para ser económicamente sostenible y rentable**.** Esta implica evaluar si la inversión en este proyecto generará suficientes beneficios financieros para justificar los costos involucrados y dependerá de una evaluación detallada de los costos y beneficios.

La empresa debe incluir todos los costos asociados al proyecto, tanto fijos como variables. Esto abarca costos operativos, materiales, mano de obra, y otros gastos indirectos, estimar los ingresos esperados del proyecto a corto y largo plazo. Esto puede incluir análisis de mercado, estudios de demanda y proyecciones de ventas.

Viabilidad Social

La viabilidad social se refiere a la aceptación y el impacto que un proyecto tiene sobre la comunidad y la sociedad en general. Evalúa si las iniciativas propuestas pueden ser implementadas de manera efectiva y sostenida, teniendo en cuenta factores culturales, éticos y sociales.

Este proyecto, tendrá un impacto en la comunidad debido a los beneficios que le aportará. Esto puede incluir mejoras en la calidad de vida, generación de empleo, y acceso a servicios básicos.

Puede ofrecer la participación y comunicación con las partes interesadas. Realizar consultas públicas, talleres y reuniones informativas puede ayudar a identificar preocupaciones y recibir retroalimentación valiosa. La transparencia y la comunicación abierta generan confianza y facilitan la aceptación de la comunidad.

Por otra parte, las estrategias de costos deben alinearse con los valores y la cultura organizacional. Una empresa que valora la responsabilidad social corporativa debe asegurarse de que sus iniciativas no comprometan estos principios. Por ejemplo, reducir costos mediante la mejora de la eficiencia energética no solo disminuye gastos, sino que también beneficia al medio ambiente y a la comunidad.

Asegurar que los beneficios de las estrategias de costos se compartan con la comunidad puede generar un apoyo más amplio. Esto puede incluir la creación de empleos locales, inversión en infraestructuras comunitarias o programas de responsabilidad social corporativa que mejoren la calidad de vida de los residentes locales.

Evaluar estos aspectos ayuda a asegurar que el proyecto no solo sea viable desde un punto de vista financiero o técnico, sino también desde una perspectiva social, lo cual es esencial para su éxito a largo plazo.

Viabilidad Financiera

La viabilidad financiera se refiere a la capacidad de un proyecto, negocio o inversión para generar suficientes ingresos para cubrir sus costos y obtener una rentabilidad adecuada, la viabilidad financiera en la empresa va a depender si la misma realiza una evaluación mediante varios análisis y herramientas como lo es el análisis de rentabilidad lo cual es de suma importancia que se evalué la relación entre los costos y los ingresos esperados. Esto incluye el cálculo del margen de beneficio, retorno sobre la inversión (ROI), y el margen de contribución.

A demás debe haber una proyección financiera, debido a que al realizar proyecciones de ingresos y costos a corto, mediano y largo plazo se puede determinar si el proyecto será sostenible y rentable en el tiempo. Es importante calcular el punto en el que los ingresos totales igualan los

costos totales. Esto ayuda a determinar el volumen de ventas necesario para que el proyecto sea rentable

De igual forma se debe realizar un análisis de flujo de caja para asegurar que el proyecto generará suficientes fondos para cubrir los gastos operativos y las inversiones necesarias, Identificar y evaluar posibles riesgos financieros, como fluctuaciones del mercado, cambios en los costos de producción, y otros factores que puedan afectar la viabilidad financiera.

Finalmente, la empresa debe utilizar indicadores financieros como el ratio de liquidez, ratio de endeudamiento, y el ratio de rentabilidad para evaluar la salud financiera del proyecto.

Implementar estos análisis y herramientas permite obtener una visión clara de la viabilidad financiera del proyecto y tomar decisiones informadas para maximizar su rentabilidad.

Cuadro N°4. Estudio Financiero

Necesidades	Importe
Laptop	5.000,00Bs.
Video Beam	380,00Bs.
Acceso a internet	4.560,00Bs.
Papelería	200,00Bs.
Bolígrafo	250,00Bs.
Cuaderno	65,00Bs.
Refrigerio	1.520,00Bs.
Total	**11.975,00Bs.**

Fuente: Escalona, García (2025).

Objetivos

Objetivo General

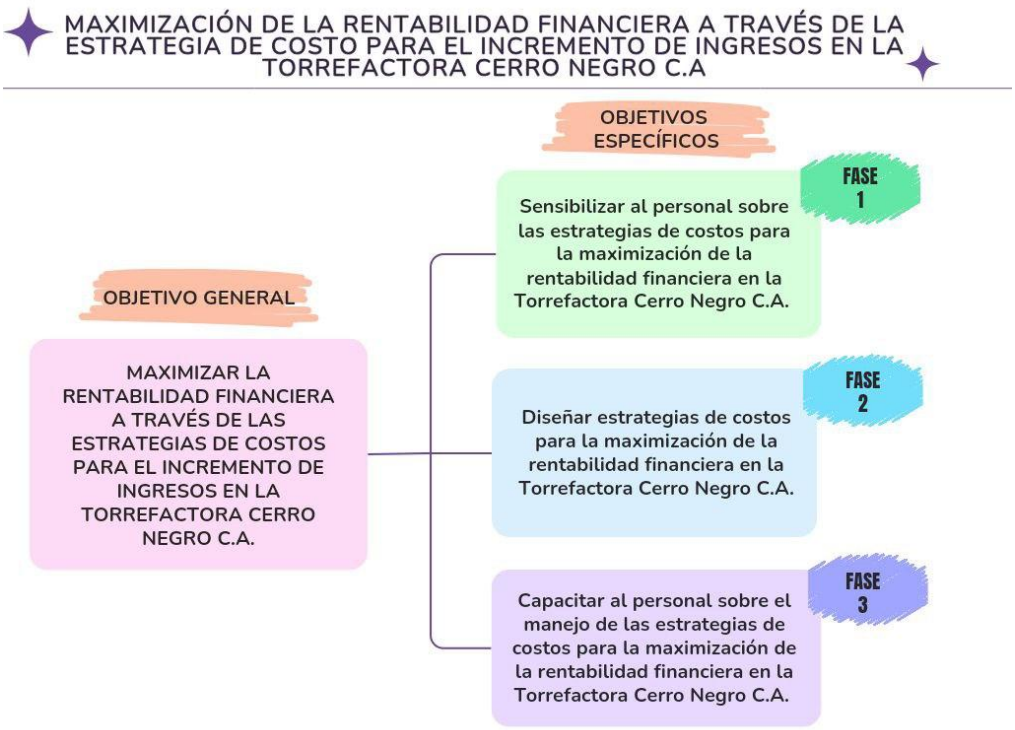
Maximizar la Rentabilidad Financiera a través de las Estrategias de costos para el Incremento de Ingresos en la Torrefactora Cerro Negro C.A.

Objetivos Específicos

- Sensibilizar al personal sobre las estrategias de costos para la maximización de la rentabilidad financiera en la Torrefactora Cerro Negro C.A.
- Diseñar estrategias de costos para la maximización de la rentabilidad financiera en la Torrefactora Cerro Negro C.A.
- Capacitar al personal sobre el manejo de las estrategias de costos para la maximización de la rentabilidad financiera en la Torrefactora Cerro Negro C.A.

Fases

Para lograr los objetivos antes mencionados se llevaron a cabo varias actividades, las mismas fueron ejecutadas en tres fases en la primera se Sensibilizó al personal a través de un taller formativo donde se les explicó detalladamente sobre las estrategias de costos para la maximización de la rentabilidad financiera.



Fase 1: Sensibilizar al personal sobre las estrategias de costos para la maximización de la rentabilidad financiera en la Torrefactora Cerro Negro C.A.

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACTIVIDAD	CONTENIDO	RECURSOS	TIEMPO
Sensibilizar al personal sobre las Estrategias de Costos para la maximización de la rentabilidad financiera en la Torrefactora Cerro Negro C.A.	Taller	Estrategia de costos: conceptualización, para que sirven, importancia, tipos, ventajas, desventajas, beneficios de aplicación en una Torrefactora.	• Video Beam • Laptop • Refrigerio	**60 min.**
	Conversatorio	Costos fijos y variables, estructura de costos, realización de una estructura de costos a través de un programa Excel, beneficios de utilidad de las nuevas tecnologías.	• Video Beam • Laptop • Refrigerio • Cuaderno • Bolígrafo	**30 min.**

Se realizó un taller y un conversatorio sobre las Estrategias de Costos.

Fase 1: Sensibilizar al personal sobre las estrategias de costos para la maximización de la rentabilidad financiera en la Torrefactora Cerro Negro C.A.

Con la ejecución de esta actividad se identificó que la empresa no conoce cuáles son sus costos reales por no llevar un registro adecuado, manifestando los encargados de la empresa que solo llevan un registro de forma manual e informal, donde solo identificaban algunos costos de producción (costos variables).

A demás, se realizó un análisis de la situación actual de la empresa a través de un conversatorio, donde se evidenció la necesidad de identificar sus costos fijos y variables a través de un registro elaborado en el programa Excel de una estructura de costo, lo cual sería de mucha utilidad la implementación tecnología para automatizar procesos.

Con la implementación de esta estrategia se espera que reduzca los costos operativos y aumenten los ingresos por ventas, mejorando significativamente la rentabilidad financiera de la empresa.

Fase 2: Diseñar estrategias de costos para la maximización de la rentabilidad financiera en la Torrefactora Cerro Negro C.A.

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACTIVIDAD	CONTENIDO	RECURSOS	TIEMPO
Diseñar Estrategias de Costos para la maximización de la rentabilidad financiera en la Torrefactora Cerro Negro C.A.	Elaboración de una estructura de costos a través del programa Excel Identificando los costos fijos y variables y la rentabilidad financiera de la empresa	Posibles costos fijos y variables de la empresa, categorías, descripción, costos unitarios/mensual, cantidad en kg/tiempo en meses, costo total, costo variable por unidad en kg, el costo total por unidad, el punto de equilibrio por unidad en kg, ingresos totales, rentabilidad financiera	• Laptop • Internet	**5 horas.**

Se elaboró una estructura de costos a través del programa Excel.

Fase 2: Diseñar estrategias de costos para la maximización de la rentabilidad financiera en la Torrefactora Cerro Negro C.A.

Para la realización de la estructura, primero se buscó un modelo en internet para tomarlo como referencia y elaborar el de la Torrefactora con todo el contenido que se requería, tomando en cuenta toda la información recabada en el conversatorio, identificando los cosos fijos y variables en unas tablas de Excel, luego en cada tabla se colocó las categorías, descripción, costos unitarios/mensual, cantidad en kg/tiempo en meses y costo total. Seguidamente se procedió al llenado del mismo con los posibles costos de la torrefactora aplicando las respectivas formulas para cada uno de los renglones.

Es importante resaltar, que se tuvo que agregar otra tabla par poder totalizar los costos fijos y variables totales, logrando identificar el costo variable por unidad en kg, el costo total por unidad, el punto de equilibrio por unidad en kg, siempre aplicándole sus respectivas formulas. Ya obteniendo todos los datos antes descritos, se procedió a sacar los ingresos totales de la Torrefactora y con esto obtener la rentabilidad financiera de la empresa.

Fase 3: Capacitar al personal sobre el manejo de las estrategias de costos para la maximización de la rentabilidad financiera en la Torrefactora Cerro Negro C.A.

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACTIVIDAD	CONTENIDO	RECURSOS	TIEMPO
Capacitar al personal sobre el manejo de las Estrategias de Costos para la maximización de la rentabilidad financiera en la Torrefactora Cerro Negro C.A.	Taller formativo	Costos fijos y variables de la empresa, categorías, descripción, costos unitarios/mensual, cantidad en kg/tiempo en meses, costo total, costo variable por unidad en kg, el costo total por unidad, el punto de equilibrio por unidad en kg, ingresos totales, rentabilidad financiera	• Laptop • Internet	**30 min.**
	Taller formativo	Manejo y llenado de la Estructura de costo	• Laptop • Video Beam	**2 horas**

Capacitación al personal sobre el manejo de las Estrategias de Costos.

Fase 3: Capacitar al personal sobre el manejo de las estrategias de costos para la maximización de la rentabilidad financiera en la Torrefactora Cerro Negro C.A.

En esta última fase se procedió a darle un taller formativo al personal de la Torrefactora, explicando detalladamente cómo se elaboró la estructura de costo como estrategia para la maximización de la rentabilidad financiera, obteniendo una excelente participación de los presentes, mostrando interés por aprender el manejo y llenado del mismo, aprovechando todos los datos plasmados encontrados en la empresa para proceder al llenado con datos exactos, sincerando la estructura para que la empresa la ponga en práctica y así maximizar la rentabilidad financiera.

Conclusiones y Recomendaciones

Luego de realizar un análisis e interpretación de los resultados obtenidos en el trabajo de aplicación y tomando en cuenta los objetivos del mismo, se muestran una serie de conclusiones y recomendaciones que ofrecen opciones para la optimización de ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A, Sanare, Estado Lara.

Conclusiones

El presente trabajo proporcionó resultados positivos, debido a que se alcanzó desarrollar estrategias de costos para la optimización de ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A, Sanare, Estado Lara.

Tomando el primer objetivo especifico del trabajo de aplicación el cual fue diagnosticar la situación actual de los ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A, Sanare, Estado Lara, se pudo constatar que en la empresa existen registro manuales, que consumen mucho tiempo, por lo que hay retrasos frecuentes en entregas, errores humanos recurrentes, y alta carga de trabajo manual, el tiempo y los recursos invertidos en tareas manuales son considerablemente altos pero se pueden reducir costos mediante la automatización.

De igual forma, la empresa tiene dificultades para escalar operaciones debido a la dependencia de procesos manuales, se enfrentan a limitaciones al aumentar el volumen de trabajo, incapacidad para manejar incrementos en la demanda y falta de flexibilidad en los procesos, los competidores están usando la automatización para obtener una ventaja competitiva y ellos se están quedando atrás en comparación con el mercado, dándole soluciones al poder ofrecerles la automatización accesibles y compatibles con la infraestructura actual.

Luego de conocer las dificultades que presenta la empresa, se procedió a darles una formación en cuanto a las estrategias para sensibilizarlos y que con la realización de una estructura de costos a través de un programa Excel, la empresa obtendría beneficios, obteniendo resultados positivos debido a que los encargados manifestaban el interés por conocer sobre el tema y darse cuenta de la necesidad que tenían al no utilizar las estrategias en la empresa.

Por todo lo descrito anteriormente, se da paso al logro del segundo objetivo que es diseñar una estrategia de costos para la optimización de ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A, Sanare, Estado Lara, donde las investigadoras elaboraron una estructura de costos a través del programa Excel, identificando los costos fijos y variables y la rentabilidad financiera de la empresa, obteniendo una estructura que pueda obtener toda la información que la empresa requiere para poder mejorar los ingresos por venta.

Para el cumplimiento de lo señalado en el tercer objetivo fue necesario implementar una estrategia de costos para la optimización de ingresos por venta en la Torrefactora Cerro Negro C.A, Sanare, Estado Lara, iniciando con un taller formativo al personal de la Torrefactora, explicando detalladamente cómo se elaboró la estructura de costo como estrategia para la maximización de la rentabilidad financiera, obteniendo una excelente participación de los presentes, mostrando interés por aprender el manejo y llenado del mismo, aprovechando todos los datos plasmados encontrados en la empresa para proceder al llenado con datos exactos, sincerando la estructura para que la empresa la ponga en práctica y así maximizar la rentabilidad financiera.

Por último, se procedió a darle respuesta al último objetivo donde se evaluó la estrategia de costos para la optimización de ingresos por venta a través de la utilización de la estructura por parte del personal de la Torrefactora.

Recomendaciones

Se recomienda al personal de empresa realizar una evaluación detallada de todos los factores que puedan ayudar a determinar si la automatización de los procesos se lleva de forma correcta

Implementar otras herramientas para mejorar la eficiencia operativa.

Continuar con la capacitación sobre el uso de herramientas en la gestión de procesos automatizados.

Utilizar herramientas de análisis de datos para comprender mejor a los clientes y sus comportamientos.

Realizar un análisis competitivo de precios y ajustar las tarifas según sea necesario.

Mantener altos estándares de calidad para generar confianza y lealtad en los clientes.

Estas recomendaciones pueden ayudar a la empresa a mejorar su eficiencia, aumentar los ingresos por ventas y ofrecer una mejor experiencia a los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, C., & Gabriel, J. (2022). Propuesta de una estructura de costos ABC para mejorar la rentabilidad en INJEPLAST E.I.R.L., Pomalca, 2021. (Tesis de grado). Universidad Señor de Sipán.
- Altahona, T. (2009). Libro de costos. Bucaramanga, Colombia: Universidad Santo Tomás.
- Álvarez, M., Pérez, J., & López, R. (2004). Fundamentos de la gestión empresarial. Editorial Innovación.

  Guajardo, T. (2005). Análisis de ingresos y su impacto en la rentabilidad. Editorial Progreso.
- Arcila, C. Tabares, D. (2007). Diseño e implementación de una estructura de costos para la empresa MAQUINPLAST S.A. (Tesis de grado). Universidad Tecnológica De Pereira Facultad De Ingeniería Industrial.
- Arias, F. G. (2006). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica (Bases teóricas). (5a ed.). Editorial Episteme.
- Arias, F. G. (2006). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica (La muestra). (5ta ed.). Editorial Episteme.
- Arias, F. G. (2006). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica (La investigación de campo). (5ta ed.). Editorial Episteme.
- Arias, F. G. (2012). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica (La técnica). (7ma ed.). Editorial Episteme.
- Babbie, E. (2016). El diseño de la investigación. En E. Babbie, Fundamentos de la investigación social (7a ed., pp. 21-43). Cengage Learning.
- Bailey, R. (2015). Ingreso por ventas. Fundamentos de contabilidad financiera. Editorial McGraw-Hill.
- Bernal Torres, C. A. (2010). Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales. (Las técnicas e instrumentos para recolectar información). (3ra ed.). Pearson Educación.

- Bernal Torres, C. A. (2010). Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales. (Las técnicas de análisis e interpretación de la información). (3ra ed.). Pearson Educación.
- Chucho27. (s.f.). Estructura de costo para el control económico de las industrias. Recuperado de https://hive.blog/hive-133872/@chucho27/estructura-de-costo-para-el-control-economico-de-las-industrias
- Concur. (s.f.). Estrategias para optimizar costos y gastos: por qué debe. Recuperado de https://www.concur.co/blog/article/estrategias-optimizacion-costos-y-gastos
- Conekta. (s.f.). Qué es la optimización de costos y cómo implementarla. Recuperado de https://www.conekta.com/blog/optimizacion-de-costos
- Cruz, A., & Garnica, A. (2006). Ergonomía aplicada. (Preguntas dicotómicas). Editorial Ecoe.
- Dillman, D. A. (2014). Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method. Reis. Revista Española de Investigaciones Sociales.
- FAO. (s.f.). Costos de producción. Recuperado de https://www.fao.org/3/v8490s/v8490s06.htm
- FasterCapital. (s.f.). Estructura de costos: optimización de la estructura de costos de su negocio con información sobre costos escalonados. Recuperado de https://fastercapital.com/es/contenido/Estructura-de-costos--optimizacion-de-la-estructura-de-costos-de-su-negocio-con-informacion-sobre-costos-escalonados.html
- FasterCapital. (s.f.). Optimización de ingresos: Cómo desbloquear la rentabilidad, estrategias para optimizar los ingresos y aumentar las ventas. Recuperado de https://fastercapital.com/es/contenido/Optimizacion-de-ingresos--Como-desbloquear-la-rentabilidad--estrategias-para-optimizar-los-ingresos-y-aumentar-las-ventas.html
- FasterCapital. (s.f.). Optimización de ventas: impulsar el crecimiento de los ingresos, técnicas efectivas de optimización de ventas. Recuperado de https://fastercapital.com/es/contenido/Optimizacion-de-ventas--impulsar-el-crecimiento-de-los-ingresos--tecnicas-efectivas-de-optimizacion-de-ventas.html
- Foster, G. (1990). Strategic cost management: Tools, techniques, and applications.
- Franco, Y (2011) Tesis de Investigación. Marco Metodológico. Venezuela. Disponible en: Disponible: http://tesisdeinvestig.blogspot.com

- García, A. (2022). Rentabilidad de la empresa Comercial Villa Chen, C.A. (Tesis de grado). Universidad Yacambú.
- García, L. (2005). Diseño De La Estructura De Costos Del Departamento De Alimentos Y Bebidas Del Hotel Luciano Junior C.A. Maturín Estado Monagas, Para El Ejercicio Económico 2004. (Tesis de grado). Universidad De Oriente Departamento De Contaduría Pública Maturín Estado Monagas.
- Gerencie, (2018). La estructura de costos. Recuperado de https://www.gerencie.com/la-estructura-de-costos-de-un-negocio.html
- Gestiopolis. (s.f.). ¿Qué es contabilidad de costos? Recuperado de https://www.gestiopolis.com/que-es-contabilidad-de-costos/#google_vignette
- Gordillo., & Salazar. (2020). Plan estratégico orientado a la optimización de costos en la Universidad Jorge Tadeo Lozano, Facultad de Contaduría Pública, Bogotá, D.C.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación. (Marco metodológico). (5a ed.). México D.F.: McGraw-Hill. p. 73.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación. (Juicio de expertos). (6ta ed.). McGraw-Hill. p. 204
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación. (Análisis de datos). (6ta ed.). McGraw-Hill. p. 272
- Higuero (2021). Gestión de costos en entornos complejos. (Gestión y optimización en Venezuela).
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2012). Contabilidad de costos. Un enfoque gerencial (14a ed.). Pearson Educación.
- Horngren, C. T., Sundem, G. L., Stratton, W. O., Burgstahler, D., & Schatzberg, J. (2017). Contabilidad administrativa. Pearson Educación.
- HubSpot. (s.f.). Estructura de costos. Recuperado de https://blog.hubspot.es/sales/estructura-costos
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). Investigación del comportamiento: Métodos de investigación en ciencias sociales (4ta ed.). McGraw-Hill.
- Kotler, P. (1984). Marketing management. (6a ed.). Prentice Hall.

- Kotler, P. (1997). Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control (9a ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P. (2019). Marketing management (15a ed.). Pearson.
- Lavolpe, A., & Smolje, A. (2020). Gestión de costos: Teoría y práctica. Editorial Macchi. Argentina. p. 28.
- Marshall, A. (1890). Principios de Economía (Teoría General de los Costos). Macmillan and Co., Ltd.
- Martínez Rizo, F. (2012). Procedimientos para el Estudio de la Validez de Contenido y de la Confiabilidad de Instrumentos de Medición. Revista Actualizaciones para el Mejoramiento Educativo, 6(2), 1-19
- Melecio. (2022). Mejoramiento en el sistema de costos para la empresa +Salud C.A. Instituto Universitario de Tecnología de Administración Industrial, Extensión Maracay.
- Méndez. (1999). Variables y su interpretación en el análisis contextual. Editorial Conocimiento. (p. 36)
- Mintzberg, H. (1994). The rise and fall of strategic planning. (El ascenso y la caída de la planificación estratégica) Prentice Hall. p. 4.
- Nagel, E. (2006). Ensayos sobre el positivismo lógico. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Namakforoosh, M. N. (2005). Metodología de la investigación (2da ed.). Limusa.
- Oliver, R. (2022). Pricing, optimización de ingresos y beneficio. Profit Levers Blog. Recuperado de https://profitlevers.blog
- Ortiz, A. y Rivero, G. (2006). Estructuración de costos, conceptos y metodología.
- Pimiento, Y. Vivas, F. (2019). Análisis De La Estructura De Costos Del Proceso Productivo De La Empresa Deliqueso Mozzarella Express Ubicado En Naranjales, Parroquia Alberto Adriani Municipio Fernandez Feo, Estado Tachira. (Tesis de grado). Universidad Nacional Experimental De Los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”.
- Polimeni, R. S., Fabozzi, F. J., & Adelberg, A. H. (1994). Contabilidad de costos. Conceptos y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales (3a ed.). McGraw-Hill. Página 4.
- Porter, M. (1980). Estrategia competitiva. Técnica para análisis de los rivales. Editorial McGraw-Hill.

- Porter, M. (1985). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. Free Press.
- Rafael Rez. Revenue Optimization Blog. Recuperado de https://www.paddle.com/resources/revenue-optimization
- Ramírez, T. (1999). Variables en investigación. Caracas, Venezuela. Editorial Panapo.
- Rodríguez, J. A. M. (2021). Estrategias de costos y optimización de recursos. [Nombre del editor]. Editorial Innovación. p. 45.
- Sabino, C. (2000). El proceso de investigación. Editorial Panapo
- Sánchez Carlessi, H., Reyes Romero, C., & Mejía Sáenz, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. Universidad Ricardo Palma.
- Sánchez, M. (2018). Diseño De Una Estructura De Costos Para Determinar La Rentabilidad De La Empresa Multiservicios Jhonatá Eirl, Bagua Grande, Periodo 2017. (Tesis de grado). Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo Facultad De Ciencias Empresariales Escuela De Contabilidad.
- Shank, J. (2018). Estrategias de costos: Claves para la optimización empresarial. Editorial Progreso. p. 8.
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). El proceso de la investigación científica (4ta ed.). Limusa. p.114.
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). El proceso de la investigación científica (4ta ed.). Limusa. p.182.
- Tienda Nube. (s.f.). Estructura de costos. Recuperado de https://www.tiendanube.com/mx/blog/estructura-de-costos/
- Valderrama, S. (2017). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica (6ta ed.). Editorial San Marcos.

ANEXOS

ANEXO A:

Diagnóstico realizado al Sub - gerente y obrero de la Torrefactora Cerro Negro C.A.

ANEXO B:

Cuestionario dirigido a los 3 integrantes que conforman la Torrefactora Cerro Negro C.A., Sanare, Estado Lara.

Instrucciones

1. Lea cuidadosamente cada uno de los enunciados.
2. Marque tan solo una de las alternativas de respuesta con una "X", según sea el caso.
3. Tenga en cuenta que posee libertad para analizar sus respuestas
4. De requerir información adicional, consulte al investigador que está aplicando el instrumento.
5. Seleccione entre una de las alternativas:
   - ✓ Si (S)
   - ✓ No (N)

Cuestionario

Lea y Marque con una X su opción de respuesta:

Ítems	**Opciones**	
	S	**N**
1-. ¿Han establecido un presupuesto específico para la gestión de recursos de sus operaciones?		
2-. ¿Los costos de materia prima y producción han disminuido en comparación al año anterior?		
3-. ¿El personal está capacitado para realizar correctamente las tareas y optimizar los procesos productivos?		
4-. ¿Realizan un seguimiento de los costos de almacenamiento junto con el control de inventario del café?		
5-. ¿Analizan constantemente el costo unitario de producción para el tostado del café?		
6-. ¿Establece indicadores de rendimiento para medir la eficiencia del ciclo de producción?		
7-. ¿Hacen ajustes en sus precios considerando los precios de la competencia?		

8-. ¿Incluye en sus costos fijos el alquiler de las instalaciones?		
9-. ¿Tiene proveedores fijos para asegurar precios estables en la materia prima?		
10-. ¿Han realizado ajustes en los precios para aumentar el volumen de ventas?		
11-. ¿El valor total de ventas se ha visto afectado por factores externos?		
12-. ¿Utilizan análisis de mercado para establecer el precio promedio de ventas?		
13-. ¿Han expandido su producto hacia otras ubicaciones para hacer crecer el ingreso por venta?		
14-. ¿Su margen de rentabilidad de ventas es suficiente para cubrir sus costos operativos?		
15-. ¿Tienen un programa de fidelización de clientes para aumentar la tasa de conversión de ventas?		
16-. ¿Sus precios y calidad del café son competitivos en el mercado?		

ANEXO C:

Validación del Instrumento

Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales "Ezequiel Zamora"

La Universidad que Siembra

Vicerrectorado de Infraestructura y Procesos Industriales
Programa de Ciencias Económicas y Sociales
Carrera: Contaduría Pública

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Ítems	Pertinencia		Claridad		Coherencia		Observaciones
	Aceptable	No Aceptable	Aceptable	No Aceptable	Aceptable	No Aceptable	
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		
13	X		X		X		
14	X		X		X		
15	X		X		X		
16	X		X		X		

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos: Ana Mercedes Mendoza Piña **C.I.** V-10.128.67

Cargo que desempeña: Docente Universitario **Profesión:** Lcda en Contaduría Pública

Fecha: 20/01/2025

FIRMA

Universidad Nacional Experimental
de los Llanos Occidentales
"Ezequiel Zamora"

La Universidad que Siembra

Vicerrectorado de Infraestructura
y Procesos Industriales
Programa de Ciencias Económicas
y Sociales
Carrera: Contaduría Pública

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Ítems	Pertinencia		Claridad		Coherencia		Observaciones
	Aceptable	No Aceptable	Aceptable	No Aceptable	Aceptable	No Aceptable	
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		
13	X		X		X		
14	X		X		X		
15	X		X		X		
16	X		X		X		

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos: Dra Julia Pena **C.I.** 14323782

Cargo que desempeña: Profesora **. Profesión:** Contador Publico

Fecha: 17/01/2025

FIRMA

Universidad Nacional Experimental
de los Llanos Occidentales
"Ezequiel Zamora"

La Universidad que Siembra

Vicerrectorado de Infraestructura
y Procesos Industriales
Programa de Ciencias Económicas
y Sociales
Carrera: Contaduría Pública

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Ítems	Pertinencia		Claridad		Coherencia		Observaciones
	Aceptable	No Aceptable	Aceptable	No Aceptable	Aceptable	No Aceptable	
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		
13	X		X		X		
14	X		X		X		
15	X		X		X		
16	X		X		X		

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos: Marieda C Escalona M **C.I.** 13880491

Cargo que desempeña: Docente **. Profesión:** Profesora

Fecha: 18/01/2025

FIRMA

ANEXO D:

Aplicación del instrumento

ANEXO E:

Estructura de Costos

Costos Variables

ESTRUCTURA DE COSTOS

COSTOS VARIBLES				
CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD KG	COSTO TOTAL
MATERIA PRIMA	CAFÉ EN GRANOS	$4,70	250	$1.175,00
MATERIA PRIMA	SELECCIÓN DEL CAFÉ	$0,02	250	$5,00
INSUMOS	EMPAQUES	$0,22	250	$55,00
INSUMOS	CONSUMIBLES DE MÁQUINAS	$0,0002	250	$0,05
INSUMOS	BOLSAS TRANSPARENTES	$0,028	250	$7,00
MANO DE OBRA DIRECTA	TORREFACTOR	$0,28	250	$70,00
MANO DE OBRA DIRECTA	EMPAQUETADOR	$0,28	250	$70,00
GASTO DE ENVÍO	DISTRIBUCIÓN O ENVÍO	$0,32	250	$80,00
				$0,00
				$0,00
TOTAL		$5,85	2000	$1.462,05

Costos Fijos

COSTOS FIJOS				
CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	TIEMPO MESES	COSTO TOTAL
GASTOS DE FABRICCIÓN	ALQUILER DE OFICINA	$100,00	1	$100,00
GASTOS DE FABRICACIÓN	SUMINISTROS DE OFICINA	$0,026	1	$0,03
GASTOS DE MANTENIMIENTO	SERVICIOS (AGUA, LUZ)	$1,00	1	$1,00
GASTOS DE MANTENIMIENTO	MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	$1,00	1	$1,00
GASTO DE OPERACIÓN Y VENTA	COMBUSTIBLE	$20,00	1	$20,00
GASTO DE OPERACIÓN Y VENTA	VIÁTICOS	$15,00	1	$15,00
SUELDOS Y SALARIOS	CONTADOR	$20,00	1	$20,00
OTROS	MARKETING Y PUBLICIDAD	$30,00	1	$30,00
				$0,00
TOTAL		$187,03	8	$187,03

Rentabilidad Financiera

CONCEPTO	FÓRMULA	TOTAL
COSTOS FIJOS TOTALES	Suma de Total de Costos Fijos	$187,03
COSTOS VARIABLES TOTALES	Suma de Total de Costos Variables	$1.462,05
COSTOS TOTALES	Suma (Costos Fijos Totales + Costos Variables Totales)	$1.649,08
COSTO VARIABLE POR UNIDAD	División (Costos Variables Totales / Unidades Producidas)	$5,85
COSTO TOTAL POR UNIDAD	División (Costos Totales / Unidades Producidas KG)	$6,60
PUNTO DE EQUILIBRIO (UNID)	División y resta (Costos Fijos Totales / Precio de Venta por KG - Costo Variables por Unidad)	86,92
INGRESOS TOTALES	Multiplicación (Unidades Vendidas * Precio de Venta por Unidad KG)	$2.000,00
RENTABILIDAD	Resta (Ingresos Totales - Costos Totales)	$350,92