



**Universidad
Norbert Wiener**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS Y
COMPETITIVIDAD**

Tesis

**Estrategias para la determinación del precio de venta en una empresa
importadora de prendas de vestir, Lima 2018**

Para optar el Título Profesional de Contador Público

AUTORA

Br. Licares Mayta, Elizabeth

CÓDIGO ORCID: 0000-0002-5097-7288

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN GENERAL DE LA UNIVERSIDAD

Economía, Empresa y Salud

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ESPECÍFICA DE LA UNIVERSIDAD

Sistema de Calidad

LIMA - PERÚ

2019

Miembros del Jurado

Presidente del Jurado

Dr. Luis Guillermo Sicheri Monteverde

Secretario

Mg. Genaro Sandoval Nizama

Vocal

Mtro. José Antonio Picoaga Linares

Asesor metodólogo

Mg. Fernando Alexis Nolazco Labajos

Asesor temático

Dra. Irma Milagros Carhuancho Mendoza

Dedicatoria

Esta tesis la dedico con todo cariño y amor a mi preciosa madre Marcelina Felicitas Mayta Taipe, quién me infundió en valores, respeto y me mostró su apoyo incondicional a pesar de los obstáculos para lograr mis objetivos.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme la salud, el recurso y las fuerzas para cumplir con mis objetivos.

A la Universidad Norbert Wiener y a los docentes de la misma por aportar en mi formación profesional.

A mi madre por brindarme su apoyo emocional y económico durante la elaboración de la investigación.

Declaración de autenticidad y responsabilidad

Yo, Licares Mayta Elizabeth identificado con DNI Nro. 48203496, domiciliado en Mz. 20 Lt. 14 San Juan de Amancaes - Rímac, Lima egresada de la carrera profesional de Contabilidad y Auditoría he realizado la Tesis titulada “Estrategias para la determinación del precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018” para optar el título profesional de Contador público, para lo cual declaro bajo juramento que:

1. El título de la Tesis ha sido creado por mi persona y no existe otro trabajo de investigación con igual denominación.
2. En la redacción del trabajo se ha considerado las citas y referencias con los respectivos autores.
3. Después de la revisión de la Tesis con el software Turnitin se declara 9% de coincidencias.
4. Para la recopilación de datos se ha solicitado la autorización respectiva a la empresa u organización, evidenciándose que la información presentada es real.
5. La propuesta presentada es original y propia del investigador no existiendo copia alguna.
6. En el caso de omisión, copia, plagio u otro hecho que perjudique a uno o varios autores es responsabilidad única de mi persona como investigador eximiendo de todo a la Universidad Privada Norbert Wiener y me someto a los procesos pertinentes originados por mi persona.

Firmado en Lima el día 19 de diciembre de 2019.



Licares Mayta, Elizabeth

DNI N° 48203496

Presentación

La investigación titulada “Estrategias para la determinación del precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018” tuvo como objetivo analizar las políticas, los factores y el método que aplica la empresa para la determinación del precio de venta en la empresa importadora. Los datos de la investigación fueron obtenidos del documento de control de mercaderías, comprobantes de pago como las facturas, boletas, la declaración aduanera de mercancías y los estados financieros.

La investigación se constituye de IV capítulos, los cuales se desarrollarán con amplitud en el marco de la investigación.

Capítulo I: Constituido por el problema, antecedentes, las teorías que sustentan la investigación, los conceptos, además comprende la justificación teórica, metodológica, práctica, también muestra los problemas y los objetivos.

Capítulo II: Este capítulo contiene el enfoque, diseño, la población, la muestra, unidades informantes que se requirió para la obtención de datos cualitativos, está compuesto por las categorías, subcategorías apriorísticas, también comprende las técnicas e instrumentos de recolección de datos, el proceso de recolección de datos y el método de análisis de datos.

Capítulo III: Muestra los resultados cuantitativos, cualitativos, el diagnóstico de la investigación, así mismo se buscó los fundamentos de la propuesta, se seleccionó los problemas, las posibles alternativas de solución, este capítulo también contiene los objetivos de la propuesta, justificación de la propuesta y el desarrollo de la misma.

Capítulo IV: Está constituido por la discusión, las conclusiones de cada objetivo de la investigación y las recomendaciones.

Índice

Miembros del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad y responsabilidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Resumen	xii
O resumo	xiii
I. INTRODUCCIÓN	14
II. MÉTODO	26
2.1 Enfoque y diseño	26
2.2 Población, muestra y unidades informantes	26
2.3 Categorías y subcategorías apriorísticas	27
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	27
2.5 Proceso de recolección de datos	28
2.6 Método de análisis de datos	28
III. RESULTADOS	29
3.1 Descripción de resultados cuantitativos	29
3.2 Descripción de resultados cualitativo	41
3.3 Diagnóstico	49
3.4 Propuesta	54
3.4.1 Fundamentos de la propuesta	54
3.4.2 Problemas	54
3.4.3 Elección de la alternativa de solución	54
3.4.4 Objetivos de la propuesta	54
3.4.5 Justificación de la propuesta	55
3.4.6 Desarrollo de la propuesta	55
IV. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
4.1 Discusión	69
4.2 Conclusiones	70

4.3 Recomendaciones	71
REFERENCIAS	72
ANEXOS	75
Anexo 1: Matriz de la investigación	76
Anexo 2: Evidencias de la propuesta	77
Anexo 3: Artículo de investigación	82
Anexo 4: Instrumento cuantitativo	83
Anexo 5: Instrumento cualitativo	85
Anexo 6: Transcripción de las entrevistas o informe del análisis documental	86
Anexo 7: Pantallazos del Atlas.ti	122
Anexo 8: Fichas de validación de la propuesta	123
Anexo 9: Matrices de trabajo	125

Índice de tablas

Tabla 1. Matriz de la categoría problema: Precio de venta	27
Tabla 2. Determinación de los cotos de importación 04-2018	29
Tabla 3. Determinación de los cotos de importación 05-2018	30
Tabla 4. Determinación de los cotos de importación 11-2018	32
Tabla 5. Precios de la empresa importadora y competencia o mercado	33
Tabla 6. Detalle de composición de las prendas de vestir importación año 2018	35
Tabla 7. Determinación de precios según el método precio sobre la base del costo más margen	37
Tabla 8. Determinación de precios según el método precio sobre la base del costo más margen sobre el precio	39
Tabla 9. Determinación de porcentaje de ganancia de la competencia respecto a la empresa importadora	61
Tabla 10. Proyección de ventas según el método de incremento	67

Índice de figuras

Figura 1. Determinación de los costos de importación 04-2018	29
Figura 2. Determinación de los costos de importación 05-2018	31
Figura 3. Determinación de los costos de importación 11-2018	32
Figura 4. Precios de la empresa importadora y competencia o mercado	34
Figura 5. Detalle de composición de las prendas de vestir importación año 2018	35
Figura 6. Determinación de precios según el método precio sobre la base del costo más margen	37
Figura 7. Determinación de precios según el método precio sobre la base del costo más margen sobre el precio	39
Figura 8. Triangulación en el sistema Atlas.ti 8 los resultados de las entrevistas sobre las políticas para la fijación de precios	41
Figura 9. Triangulación en el sistema Atlas.ti 8 los resultados de las entrevistas sobre los factores que influyen en la determinación del precio de venta	43
Figura 10. Triangulación en el sistema Atlas.ti 8 los resultados de las entrevistas sobre los métodos para calcular el precio de venta	45
Figura 11. Triangulación en el sistema Atlas.ti 8 del precio de venta	47
Figura 12. Triangulación en el sistema Atlas.ti 8 los resultados cuantitativos y cualitativos del precio de venta, políticas para la fijación de precios, factores que influyen en la determinación del precio de venta y los métodos para calcular el precio de venta	49
Figura 13. Matriz negra del objetivo 1	56
Figura 14. Formato de orden de los comprobantes de importación	57
Figura 15. Formato de cálculo de costos de importación según la NIC 2	58
Figura 16. Variación en el estado de situación financiera los saldo de existencias	59
Figura 17. Variación en el estado de resultados al recalculer los costos	60
Figura 18. Matriz negra del objetivo 2	61
Figura 19. Estado de situación financiera aplicado el 30% de ganancia a los productos vendidos	62
Figura 20. Estado de resultados aplicado el 30% a la venta de las mercaderías	63
Figura 21. Matriz negra del objetivo 3	64
Figura 22. Formato de determinación de precio de venta	65

Figura 23. Ejemplo de determinación de precio de venta	65
Figura 24. Estado de situación financiera con la determinación del precio venta	66
Figura 25. Estado de situación financiera con la determinación del precio venta	66
Figura 26. Estado de situación financiera proyectado a cinco años	67
Figura 27. Estado de resultados proyectado a cinco años	68

Resumen

La determinación del precio, perennemente es un problema para los empresarios que inician una actividad económica, la empresa en investigación no es indiferente a este problema. El objetivo de la investigación es proponer estrategias para la determinación del precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018, para ello se analizó las políticas, los factores y el método que aplicó la empresa para la determinación del precio de venta.

La investigación es de enfoque mixto porque permitirá la riqueza de los resultados, es de tipo proyectiva, de nivel comprensivo, la población es la empresa importadora, se aplicó muestreo por conveniencia, las técnicas son la entrevista y recopilación documental, se entrevistó a los sujetos informantes, también se determinó los costos de importación, además se comparó los precios de la competencia y se determinó los precios de venta basados en la determinación de los costos de los productos importados. Para el análisis de los resultados cuantitativos y cualitativos se aplicó la triangulación en el programa Atlas.ti 8 a fin de obtener los resultados mixtos.

Se obtuvo como resultado que la empresa tiene como referencia los costos para establecer los precios de venta, pero están inadecuadamente determinados, no tomó en consideración los precios de la competencia o mercado y no aplicó ningún método de determinación de precios, porque se observa y determina que la empresa vende sus productos al costo reflejado en el kardex sin adicionar un margen de ganancia. Se concluye que la determinación de los costos es incorrecta debido a que no se consideró algunos gastos relacionados a la importación, incidiendo negativamente en el costo del producto, a pesar de que los costos constituyen la base y fuente referente para el establecimiento de los precios de venta en la empresa importadora.

Palabras clave: Costo de importación; margen de ganancia; método de determinación del precio de venta; precio Free on board; kardex.

O resumo

A determinação do preço, perenemente, é um problema para empreendedores que iniciam uma atividade econômica, a empresa em investigação não é indiferente a esse problema. O objetivo da investigação é propor estratégias para a determinação do preço de venda em uma empresa importadora de roupas, Lima 2018, para isso, foram analisadas as políticas, fatores e o método aplicado pela empresa para a determinação do preço de venda.

A pesquisa é de abordagem mista, pois permitirá a riqueza dos resultados, é de tipo projetivo, de nível abrangente, a população é a empresa importadora, foi aplicada a amostragem por conveniência, as técnicas são a entrevista e a compilação documental, os sujeitos informantes foram entrevistados, os custos de importação também foram determinados, os preços de competição também foram comparados e os preços de venda foram determinados com base na determinação dos custos dos produtos importados. Para a análise dos resultados quantitativos e qualitativos, a triangulação foi aplicada no programa Atlas.ti 8, a fim de obter os resultados mistos.

Obteve-se como resultado que a empresa possui como referência os custos para estabelecer os preços de venda, mas são determinados de forma inadequada, não levou em consideração os preços da concorrência ou do mercado e não aplicou nenhum método de determinação de preço, pois é observado e determinado que a empresa vende seus produtos pelo custo refletido no kardex sem adicionar margem de lucro. Conclui-se que a determinação dos custos está incorreta porque algumas despesas relacionadas à importação não foram consideradas, impactando negativamente o custo do produto, apesar de os custos constituírem a base e fonte de referência para o estabelecimento dos preços de venda na empresa importadora.

Palavras chave: Custo de importação; margem de lucro; método de determinação do preço de venda; Preço Free on board; kardex

I. INTRODUCCIÓN

En el mundo globalizado de hoy cobra vital importancia para los empresarios el establecimiento de precios adecuados tanto en la venta de mercaderías como de servicios para lograr sus objetivos económicos. Según el informe de Núñez (2016) muchas de las empresas se dirigen a vender grandes volúmenes de mercaderías para lograr obtener mayores utilidades lo cual no siempre se concreta debido a que tener mayores ventas no asegura obtener mayores ganancias. Pues según el informe realizado por el autor el establecimiento del precio depende en muchos casos directamente de factores externos como la marca, la calidad del producto, el prestigio ganado por la empresa, etc. Así mismo muestra los métodos clásicos para establecer el precio como el método en función a la utilidad bruta y de acuerdo al margen de contribución. En la actualidad en la búsqueda de establecer precios adecuados muchos empresarios cometen errores a la hora de establecer los mismos. Según el informe realizado por Scipion (2019) los errores más frecuentes son el de establecer precios muy bajos o muy altos así mismo relacionar la situación de la empresa con la de los clientes, establecer precios fijos en vez de acostumbrar a precios dinámicos, también es común que los empresarios pacten precios con los competidores o su mentalidad es más tradicional por lo cual no aplican estrategias como los descuentos, packs, promociones. Por último, otro error común que se comete es no tener una escala de precios accesibles a los clientes. Los constantes cambios en el mercado y en los competidores influyen en el establecimiento de los precios Osorio, Duque & Gómez (2015). Los costos han sido base fundamental por largos años, en la actualidad existen muchas formas para determinar o establecer los mismos, pero para que sean adecuados deben ser éticos, determinados de forma responsable y sobre todo deben ser aceptados por ley.

En los últimos años el Perú atraviesa por una situación deprimente en cuanto a la competencia de venta de prendas de vestir nacional vs las importadas, pues la industria peruana ha sido afectada debido al masivo ingreso de prendas de vestir de china a precios subvaluados según el instituto encargado de elaborar las estadísticas e informática realizado por García, Sánchez, Montoya, & Gómez (2019), en el informe técnico respecto a la variación de los indicadores de precios realizado de enero a julio 2019 el rubro de prendas de vestir y calzado a nivel nacional solo muestra una pequeña variación de 0.04% de los

cuales se observa que los precios mas altos es en la ropa de hombres como los ternos. respecto a las mujeres se observa que los precios mas altos es en las casacas.

Según el diario gestion el 87% de prendas de vestir que ingresan al pais cuesta inferior a dos dólares, un valor irregular e irreal debido a que su precio no cubriría ni los costos de los insumos para su elaboración, en el mercado nacional no se encuentran mercaderías por menos de esos precios, esto se debe a que muchos importadores transgreden las leyes y burlan a las autoridades aduaneras para mejorar y elebar sus utilidades, informe elaborado por Lira (2018). Así mismo en el informe elaborado por RPP Noticias (2017) menciona que las mercaderias importadas provenientes de china estan ingresando al pais a precios dumping, lo cual indica que en la gran mayoría de esos productos representa la mitad de los precios de adquisición en el lugar de origen. Del mismo modo refleja los estudios realizados por Idexcam de Lima, 178 empresas importadoras de Perú estarían importando prendas de vestir cometiendo dumping, lo que está originando una competencia desleal en los mercados de esos rubros.

En la empresa importadora de prendas de vestir al cierre del periodo 2018 refleja un saldo de crédito fiscal muy alto, además se observó que los comprobantes de pago emitidos por el personal de la empresa son igual a los costos entregados por el área de contabilidad lo cual llama la atención. El motivo por el cual se vende al costo y no agregando un margen de utilidad razonable, es por ello que se puede inferir que existe un inadecuado cálculo de precio de venta en la empresa importadora, ello puede deberse a que existe alta rotación de personal encargado de cálculo de costos, la remuneración es muy baja, además de que el personal no se encuentra satisfecho con sus labores encomendados, del mismo modo existe una duda respecto al cálculo de los costos, porque el personal que cumple esa función casi siempre son practicantes, además de que existe una inadecuada supervisión del trabajo realizado y existe una sobrecarga laboral porque se le encomienda múltiples funciones, esto se debe a que el empresario no invierte en capital humano a ello se suma además la escasez del personal contratado. Otro de los factores que puede estar influyendo es la falta de software y Harvard adecuado, pues en la empresa no se posee un sistema de costos una de las razones es por desconocimiento de los beneficios del programa y la falta de recursos o interés por adquirirlos. Las computadoras de la empresa sufren desperfectos a la hora de trabajar debido a la poca memoria que poseen, suelen apagarse o volverse lentas

lo cual dificulta que se cumpla con una buena labor. Los costos se calculan en Excel debido a los problemas que presenta las máquinas y la falta de interés por cambiarlas o mejorarlas puede inferir en el cálculo del costo además de que el personal que lo elabora está en pleno aprendizaje y con poca experiencia, puede modificar en ese proceso las fórmulas establecidas de costos o no considerar algún costo adicional.

Respecto a las ventas no son razonables 379,403 en relaciona la importación 1'299,797 debido a que en los estados financieros y saldo PDT 12-2018 muestra un elevado de crédito fiscal como saldo acumulado de 783,679. Además, que los importes de ventas son muy bajas en relación a la adquisición de mercaderías, en las boletas y facturas se observa que el gerente- dueño no interfiere cuando se vende al costo, no asigna un margen de utilidad a las mercaderías, esto puede deberse a que los precios reflejados en el invoice son bajos. Analizando el cálculo de los costos se puede inferir que el margen de utilidad es inadecuado porque no representa lo que usualmente muestra el mercado comercial que es del 30 % además que es inferior al de la competencia. Otro factor imprescindible es el dueño debido a que dirige la empresa, no tiene fluidez y comprensión del idioma español debido a que es coreano y existe una escasa comunicación con el contador y se puede aducir que no entiende muy bien las sugerencias y asesoría que le brinda el contador. Pues es por orden del mismo gerente- dueño que el personal vende al costo entregado en el kardex, se puede inferir que lo hace aduciendo que el contador entrega un precio establecido lo cual es incorrecto pues el contador no está obligado a entregar un precio determinado al empresario pero si sus costos aceptados por ley, el dueño es quien toma las decisiones, por lo que se observa que no está capacitado para ejercer gerencia en su empresa, debido a que desconoce aún las leyes de nuestro país y no está capacitado respecto a los precios que debe vender las mercaderías no porque no le asesora el contador si no que es un problema de desconocimiento y falta de comprensión del léxico peruano, por ello se debería contratar un tercero como gerente para poder mejorar la economía de la empresa, porque tiene pocos años en el mercado.

Jácome (2015) confirmó que el costo de fabricación repercute en el establecimiento de los precios de venta en la empresa IMPACTEX por lo que concluye que esto sucede debido a que el ente no cuenta con información real en cuanto a los costos que incurre en la etapa de producción, lo cual imposibilita que se fije un precio de venta correcto. Debido a que el ente no lleva un buen control de sus costos directos e indirectos. Por ello no se conoce

correctamente los recursos que emplea en la producción y lo más resaltante es que no conoce el costo que le ha generado los mismos. Por último, se concluye que el ente no cuenta con un sistema para establecer los precios.

Flores (2016) investigó que los costos de la fabricación y el cliente son elementos primordiales para el establecimiento de los precios de venta en las MIPYMES que producen tabaco, asimismo la calidad del producto es una condicionante del precio, es fundamental que los productores mejoren la calidad para lograr un adecuado precio de venta, para poder obtener la utilidad deseada y por ende mejorar la producción y la tecnología. En consecuencia, una MIPYME será competitiva cuando obtenga la capacidad de determinar sus costos y un buen precio para obtener mejores ganancias.

Osorio, Duque & Gómez (2015) publicaron un artículo en el que detallan las políticas para el establecimiento del precio basado en los costos, en los precios de la competencia, precios regulados, basados en el cliente, definidos por el canal de distribución. Asimismo, explican las diversas estrategias que pueden aplicar los empresarios para el establecimiento adecuado de los mismos y que sean guía para obtener mayores niveles de rentabilidad. En conclusión, en un mercado muy competitivo, los entes requieren fijar objetivos en precios, que cumplan ciertas características para el cliente, por ello deben ser asequibles, realistas y mesurados que aseguren la generación de utilidades. Además, las empresas deben estar fijados hacia una buena estrategia de precios que repercuta en la rapidez para generar ingresos, que permita la inserción en los mercados objetivos, que coopere en la imagen de los productos y sobre todo del ente, asimismo genere mayor rentabilidad y liquidez. Finalmente, los precios no deben ser desleales, por el contrario, deben ser legales, determinados con responsabilidad y ética.

Morillo (2013) explicó sobre el Decreto de ley N° 8331 en esta ley se regula los costos, de los precios además del funcionamiento del SISAP, menciona que esta ley establece los mecanismos y regula para que los precios sean estables por ello es conveniente conocer las implicancias, el cumplimiento por ello se elaboró el artículo con el objetivo de dar a conocer y facilitar para el cumplimiento de esta ley. En conclusión, la información que se suministra es para ser aplicada confidencialmente y se tiene que verificar, en primer

término, debe reportarse por el sistema de contabilidad que posee el ente, lo cual debe estar actualizada.

Solís (2014) verificó que el control de costos si incide en el establecimiento del precio debido a que en la empresa no se determina asiduamente los costos, el 40% de los encuestados manifestó que no existe una persona encargada del control de los materiales, además de que no se cuenta con documentos sustentatorios respecto a los costos de los materiales, el precio se establece en función al mercado por ende se mantienen fijos por muchos años. En consecuencia, el incorrecto establecimiento de los costos del producto se da porque no se maneja un adecuado sistema de costeo a ello se suma la falta de documentación que sustente los costos utilizados. Asimismo, se observa que la metodología que aplica la empresa para establecer sus precios es referente al mercado.

Rosales (2018) determinó que los costos adicionales, como el flete de importación en 26%, la oferta en un 55.77% y demanda de mercado 88.46% se relacionan positivamente con el establecimiento de los precios, de una empresa importadora de repuestos para vehículos en el distrito de los Olivos, 2018. Por consiguiente, el valor CIF se relaciona positivamente para la determinación del precio, asimismo los gastos referentes a la importación se relacionan con el precio de venta.

Javier (2016) comprobó que al aplicar un sistema de costos repercute en el establecimiento de los precios, en efecto al aplicar el sistema de costos por órdenes y comparar con los precios fijados en la empresa existe una diferencia esto demuestra que un sistema de costos permite determinar de forma más exacta los costos de fabricación. En conclusión, los costos determinados por el sistema permitieron al ente conocer los costos reales en los que incurrió para producir y esto quedará como base para establecer los precios. Además, se observó que los costos de fabricación determinados por el sistema son menores a los costos estimados por el ente.

Carbajal (2017) demostró que la mayoría de los profesionales que laboran en las empresas importadoras de equipos médicos en el Cercado de Lima, conocen los gastos en los que incurren al realizar la importación. Así mismo que estos gastos deben considerarse para determinar el precio de venta, pero no lo aplican debido a que las empresas de este rubro

prefieren no perder el certificado de BPA y el certificado de droguera. En gran mayoría de los encuestados conocen sobre la estrategia Satu Quo para fijar el precio y en menor proporción desconocen de la estrategia. En conclusión, existe una relación directa entre el régimen aduanero y el precio de venta, asimismo mediante la investigación permitirá tener en cuenta que es necesario que se considere todos los gastos con relación a la importación para que puedan determinar un precio adecuado. Además, se concluye que tanto los trabajadores y empresarios de las empresas que importan equipos médicos en Cercado de Lima tienen conocimiento sobre las obligaciones aduaneras y sobre los gastos incurridos respecto a la importación, sin embargo, no lo consideran para determinar los precios por ende obtienen menos ganancia.

Chahua (2017) determinó que el 48.16% de los clientes de la empresa Promart home center de la ciudad de Huancayo aducen haber pagado precios razonables mientras 56.84% señaló que los productos presentaban un precio económico y el 39.74% comparan los precios con otros centros comerciales. Asimismo, se verificó que en la decisión de los jefes de línea influyen los indicadores de venta o los márgenes de contribución, los proveedores, el precio de la competencia para bajar o subir sus productos. En conclusión, las estrategias para fijar los precios se relacionan con la compra de los clientes esto sustentado el coeficiente de correlación debido a que se determinó un valor de 0.479 que es un valor moderado que corrobora la hipótesis en la investigación.

Tantalean (2017) demostró que se relacionan los costos de producción y el establecimiento de los precios en un ente de metalmecánica esto sustentado en los resultados donde p - valor (Sig.) $< 0,05$. Al contrastar la hipótesis se observó que el P-valor (Sig.) alcanzado de 0,000 es menor a 0,05 con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,959. En síntesis, los costos de producción si se relacionan con el establecimiento de los precios en una empresa metalmecánica, en tal sentido si se obtiene los costos de producción real a través de procesos adecuados se podrán definir el beneficio que desea alcanzar la empresa.

La teoría económica respaldada por Ricardo, Kafka, García, Marshall, Smith sustentan la importancia que posee la economía, pues es el proceso mediante el cual se crea y distribuye los recursos llamados riqueza para satisfacer las necesidades de la población o

sociedad (Vargas, 2006). En la investigación permitirá analizar los procesos mediante los cuales se obtiene los ingresos y evaluar si son razonables en proporción de sus adquisiciones. Así mismo esta teoría estudia el desarrollo económico por ello en el ámbito empresarial muestra una preocupación del costo y del precio que se determina para pagar (Kafka, 1997). En la investigación permitirá determinar adecuadamente el precio de venta, Pero antes es necesario conocer y determinar el costo de los productos ya que tiene influencia directa en los mismos. También la teoría económica busca que los recursos asignados a las diferentes áreas o componentes del ente funcionen y obtengan resultados eficazmente (García, 1994). En la empresa en investigación permitirá conocer si los recursos que posee la empresa son usados eficientemente para el buen funcionamiento de la empresa. Según esta teoría los consumidores adquirirán los bienes recurrentemente y en cantidad analizando varios factores, uno de los más comunes son los precios bajos o asequibles (Cadena, 2011). Esta teoría será aplicada para evaluar si los precios de las prendas de vestir que ofrece la empresa importadora a sus clientes son bajos o son precios razonables de acuerdo al mercado. Smith señaló que los precios constituyen el eje fundamental que actúa invisiblemente en la orientación de los recursos para generar mayores valores económicos, además de permitir a los entes la determinación del valor de sus recursos (Cadena, 2011). Por ello esta teoría cobra vital importancia debido a que nos permitirá identificar si los precios asignados a las prendas de vestir importadas constituyen adecuados para mejorar la economía de la empresa.

La teoría de los sistemas sustentada por Von, Katz y Kahn, Berrien, Emery, Snuts, sustentan que toda organización económica está compuesta por áreas o divisiones que están interrelacionadas entre sí, para que unidos puedan lograr el buen funcionamiento de la empresa (Chiavenato, 2006). Esta teoría permitirá constatar si el gerente de la empresa, el contador, los vendedores que componen la empresa importadora trabajan de la mano para lograr sus objetivos. También mencionan que cada empresa posee sus propias particularidades que los hacen diferentes, pero respecto a las normas, valores en la gran mayoría son implementados para el buen desarrollo económico de la misma a fin de lograr el crecimiento y aceptación en la sociedad (Chiavenato, 2006). Esta investigación permitirá evaluar si la empresa posee normas, reglas para direccionar a los trabajadores, si en caso no lo posee se tendría que implementar para lograr sus objetivos económicos. En toda organización existe una jerarquía relacionada entre sí, cada sub división vela por el cumplimiento del trabajo encomendado y trasmite a la siguiente área la información para

que este pueda tomar las decisiones convenientes para la empresa (Chiavenato, 2006). En la empresa importadora se verificará si el área de contabilidad en especial la determinación de los costos de importación se determinó de forma correcta para entregar al gerente y este a su vez al área de ventas, para que puedan asignar en coordinación con gerencia un precio razonable para cubrir sus necesidades. La teoría de los sistemas muestra los ámbitos generales en los particulares, esto permite mostrar las propiedades generales de un ente en forma total y globalizada (Chiavenato, 2006). Permitirá evaluar el proceso de determinación de los costos pues si estuviera mal repercutiría en toda la empresa lo cual mostraría que no hubo una buena dirección gerencial. La labor que cumple cada área de una organización es importante y vital ya que cada una de ellas aporta cualidades que permite formar una unidad potencial, tal es el caso de las grandes compañías (Chiavenato, 2006). La función que cumple el personal que determina los costos en la empresa importadora, constituye el eje fundamental debido a que los costos son base para establecer los precios de venta esto significa los ingresos de la empresa.

La teoría contable avalada por kholer, Belkaoui, Ijiri, Sunder, García sustentan que la teoría contable se basa en un conjunto de proposiciones, reglas, definiciones, teoremas para explicar los hechos económicos de una organización (Rebaza, 2007). En la empresa permitirá evaluar el método que se aplica para determinar el precio de venta y cuáles son las bases informativas para el cálculo razonable y adecuado del mismo, debido a que los ingresos por venta son la fuente principal de la empresa. Así mismo mencionan que la teoría contable es un conjunto de razonamientos lógicos que son expresados en principios que constituyen referencias para evaluar las técnicas existentes (Rebaza, 2007). Esta teoría permitirá evaluar si la empresa está cumpliendo con la NIC 2 y demás normas respecto a la determinación de costos de importación, para establecer un precio razonable en el mercado. Del mismo modo afirman que es un sistema que facilita el funcionamiento para rendir cuentas entre las partes interesadas de una determinada información (Shyam, 2005). En la empresa se verificará si los costos son entregados en la fecha requerida por el gerente para establecer los precios de venta de las prendas de vestir importados. Según esta teoría los sistemas de control y contabilidad son diseñados para que exista una armonía y cooperación cuando exista conflictos en la interpretación de información (Shyam, 2005). Esta perspectiva permitirá evaluar si existe una cooperación y coordinación entre el gerente y el contador, debido a que este último brinda información útil para la toma de decisiones sobre el aspecto

económico de la empresa. La teoría económica también explica y norma las actividades de descripción, así mismo de la verificación de las existencias y la circulación de los objetos, sucesos y de las mismas personas en cada empresa (Vásquez & Bongianino, 2008). Esta teoría permitirá analizar si las ventas que realiza la empresa son razonables en proporción a las importaciones, además permitirá analizar la rotación de las mercaderías y la rotación del personal que calcula costos. Etc.

El precio de venta es la asignación monetaria para un determinado producto (Pérez & Martínez, 2006). Antiguamente la fijación de precios era pactada entre el comprador y vendedor, en la actualidad constituye un eje fundamental para las empresas su determinación adecuada (Kotler & Keller, 2012). En las empresas pequeñas por lo general el precio es determinado por los jefes, a diferencia de las empresas medianas o grandes, en este caso el gerente es quien lo determina (Kotler & Keller, 2012). En muchos casos el precio es establecido según la oferta y la demanda (Delzart, 2013).

Las políticas de establecimiento de precios son un conjunto de lineamientos, estrategias, criterios y hasta normas que permiten la regulación y fijación de los precios de venta entre los que destaca; los precios que se basan en los costos son considerados los más justos. También están los que están basados en la competencia, este método consiste en tomar los precios de mercado como base fundamental. Así mismo esta los precios regulados este tipo de política lo establece el estado por lo tanto no constituye una estrategia. Los precios basados en los clientes, analizan todos los factores relacionados a los mismos desde la psicología, el status económico, moda, etc. Afín de establecerlas como base de determinación de sus precios y por último los precios definidos por el canal de distribución en este caso es la empresa productora quien establece los precios (Osorio, Duque y Gómez, 2015).

Existen una infinidad de factores para establecer los precios de un determinado producto, la demanda es uno de los factores importantes (Piero, 2015). La oferta es otro factor determinante (Microeconomía, 2012). Seguido por la calidad del producto, si el producto ofrecido al mercado es aceptado y satisface al cliente entonces es una ventaja y esto proporcionará grandes beneficios (Castro y Gonzales, 2017). La competencia es un factor que permite medir el precio y permite mejorar a la empresa (García, 2017). Por último,

juega un papel muy importante la localización del negocio, pues se puede tener un buen producto, pero si se encuentra en un lugar poco apropiado generará desventajas, sucederá lo opuesto si se ubica en un lugar estratégico (Becerra, 2013). La empresa podría establecer un precio adecuado y razonable teniendo en cuenta estos factores.

Calcular el precio de un producto es muy importante debido a que las ventas son la fuente principal de ingresos, existen un sin fin de métodos entre las que analizaremos: el precio en base al costo más el margen de utilidad, es el método más usado por las empresas porque transmite confiabilidad además que parte del costo para el cálculo del precio. La determinación del precio sobre la base del costo más margen sobre el precio, en este método se puede calcular el margen de ganancia sobre el precio en vez de determinar sobre el costo para ello se requiere conocer el costo unitario. Los precios en base a la liquidación del producto, por lo general se establece cuando existe poca rotación del producto a fin de no perder, se vende al costo del producto sin margen de ganancia. El precio basado en el costo marginal, en este método se tiene que sumar todos los costos y gastos de venta y otros a ello se adiciona la utilidad deseada. El costo objetivo, es un método en que la empresa tiene que realizar ajustes en los costos y gastos a fin de establecer precios que los clientes están dispuestos a pagar, es decir el mercado y las exigencias de los clientes cumplen un rol muy importante en este método de determinación de precio de venta (Osorio, Duque y Gómez, 2015).

El consumidor desde la perspectiva empresarial es un potencial cliente, al satisfacer sus necesidades, retornará en reiteradas oportunidades (Quispe y Hinojosa, 2016). En la empresa importadora el consumidor busca productos de bajo precio y de buena calidad, para evitar gastos futuros, por ello es fundamental satisfacer desde todos los puntos factibles.

Las empresas particularmente obtienen sus ingresos por la comercialización de sus mercaderías y otros permitidos por las normas de contabilidad (La junta de normas internacionales de contabilidad, 2010). Toda entidad económica con fines de lucro busca generar ingresos y rentabilidad a corto o largo plazo, estos ingresos corresponden a la venta de productos o servicios según sea el giro de negocio, también se obtiene por intereses, alquileres, dividendos, etc.

Los egresos constituyen el aumento de pasivos o disminuciones económicas en los que incurre la empresa, para solventar sus obligaciones con los terceros (La junta de normas internacionales de contabilidad, 2010). La empresa en investigación incurrió en diversos egresos para su funcionamiento desde los pagos de planilla, invoice de las importaciones, servicios diversos, pago de tributos, y demás obligaciones a fin de obtener los objetivos económicos.

Las teorías que sustentan la investigación son: la teoría económica, la teoría de los sistemas y la teoría contable debido a que cada una de ellas son soporte para la investigación la primera teoría permitirá conocer la situación económica del ente, además de verificar el proceso de la distribución de los recursos y las razones por las que la empresa vendía las mercaderías inferiores a la competencia. La segunda teoría permitió comprender que la empresa está compuesta por subsistemas interrelacionados entre sí, para el buen funcionamiento del mismo y por último la tercera teoría permitirá conocer las bases que la empresa emplea para determinar sus costos y el precio de venta. El trabajo de investigación se realizará debido a que se observó que las ventas que se realiza son al costo, lo cual es preocupante pues la empresa en vez de generar ingresos estaría perdiendo el capital, sus recursos y generando más pasivos por préstamos. La investigación se elabora con el propósito de conocer los procesos aplicados por el dueño-gerente para determinar el precio de venta de las mercaderías importadas, además que se espera buscar posibles estrategias de solución para la forma de determinación de los precios de venta y el costo de las mercaderías. Asimismo, se espera que esta investigación sirva como antecedente para futuras investigaciones. La investigación se llevará a cabo bajo el enfoque mixto porque permitirá obtener mayor información al combinar los enfoques. El resultado de la investigación permitirá saber la razón por la que las mercaderías importadas son vendidas al costo, a partir de los resultados se buscara estrategias para determinar adecuadamente el precio de venta de las mercaderías importadas.

El problema a investigar es sobre ¿Cómo mejorar la determinación del precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018? por ello se planteó los problemas específicos ¿Cómo mejorar las políticas para la fijación de precios en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018?, ¿Factores que influyen en la determinación del precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018?, ¿Cómo

mejorar el método para calcular el precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018?

El objetivo general es proponer estrategias para mejorar la determinación del precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018. Para llegar al objetivo principal se planteó una serie de sub objetivos como sigue: Diagnosticar las políticas para la fijación de precios en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018., Diagnosticar los factores que influyen en la determinación del precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018., Diagnosticar el método adecuado para calcular el precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018.

II. MÉTODO

2.1 Enfoque y diseño

El tipo de investigación es proyectiva, porque permite elaborar propuestas, como posible solución al problema identificado en un determinado lugar (Hurtado, 2008). En la investigación permitirá buscar posibles soluciones al problema a través de propuestas. El nivel de investigación es comprensivo, porque permitirá captar la investigación interpretativa en cuanto a la investigación cuantitativa conjuntamente con el análisis cualitativo, esto permite la comparación de resultados (Contreras, 2015). En la investigación permitirá comparar los resultados de las entrevistas y los resultados de la investigación cuantitativa. El método inductivo-deductivo es un método de inferencia, su base es la lógica y permite el estudio de sucesos particulares. Es deductivo porque investiga de lo general a lo particular y es inductivo porque funciona en sentido contrario (Bernal, 2010). Este método se aplicó en la empresa para verificar los problemas de estudio se partió de lo particular a lo general. Después de la obtención de resultados permitirá emitir una conclusión general respecto al problema. El enfoque mixto, en este tipo de investigación se fusiona el método cuantitativo y el cualitativo porque se compara los resultados para que, a partir de ellos llegar al resultado de la investigación, por ello es más exacto (Ruiz, Borboa, & Rodríguez, 2013). La aplicación de este tipo de investigación permitirá aportar mayor riqueza de información, para la obtención de mayor gama de resultados del estudio.

2.2 Población, muestra y unidades informantes

La población es un conjunto total de unidades a los que se desea investigar (Fracica, 1988). En la investigación la empresa importadora constituye toda la población. La muestra es el fragmento de la población que se va investigar, nos permitirá obtener información respecto al objetivo de la investigación (Bernal, 2010). En la investigación se aplicará el muestreo por conveniencia. Será evaluada cuantitativa y cualitativamente a los documentos relacionados a la determinación del precio de venta como: Documentos de importación, ventas, kardex del año 2018.

Las unidades informantes son recursos de recolección de información que posee un investigador. El capital humano, es por lo general quien brinda información relevante que

ayuda a conocer y construir la investigación (Hernández, Mirabal, Otálvora, & Uzcátegui, 2014). En la empresa en investigación las unidades informantes son un contador quien conoce las bases para la determinación del costo, el abogado tributarista quien conoce los aspectos legales de la importación, un asistente contable quien se encarga de los registros contables de los comprobantes en general y por último el practicante quien es encargado de calcular los costos de las importaciones.

2.3 Categorías y subcategorías apriorísticas

Tabla 1

Matriz de la categoría problema: Precio de venta

Categoría	Sub categoría	Indicadores
Precio de venta	Políticas para la fijación de precios	- Precios basados en los costos - Precios basados en los precios de la competencia o del mercado
	Factores que influyen en la determinación del precio de venta	- Calidad del producto - La localización del negocio
	Métodos para calcular el precio de venta	- Precio sobre la base del costo más margen - Precio sobre la base del costo más margen sobre el precio

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica es la entrevista y la recopilación documental. La entrevista proceso mediante el cual el entrevistador formula una serie de preguntas para que puedan ser absueltas por el entrevistado. Las preguntas son formuladas según el requerimiento del investigador (Bernal, 2010). En la investigación se entrevistará al contador de la empresa, al abogado tributarista, al asistente y al practicante. Los instrumentos para la obtención de información son la guía de entrevista y la recopilación documental, el primer instrumento permite al entrevistador obtener información del sujeto entrevistado, para lo cual es elaborado con cierta rigurosidad ya que es mediante este instrumento que se obtendrá la información deseada (Doorman, 1991). En la investigación se aplicará la guía de entrevista a los sujetos informantes ya que ellos poseen información valiosa que aportará para el logro de los objetivos. La segunda técnica e instrumento es la recopilación documental es una técnica mediante el cual se obtiene datos o información de diversos documentos que pueda poseer la empresa,

contribuyen en la investigación (Rodríguez, 2009). En la empresa en estudio se determinará, analizará los importes de comprobantes de importación, comprobantes de ventas y el kardex debido a que estos documentos sirven como cimiento para la determinación de precio de venta.

2.5 Proceso de recolección de datos

Paso 1 Se solicitó la autorización al contador, de los documentos de la empresa

Paso 2 Elaboración de la guía de entrevista

Paso 3 Recopilar la documentación del año 2018

Paso 4 Aplicar la entrevista

Paso 5 Analizar la documentación del año 2018

2.6 Método de análisis de datos

Para la obtención de mayor riqueza de resultados es conveniente tener fuente de información y métodos que permitan recolectar información valiosa para la investigación, uno de los métodos es la triangulación de los resultados (Hernández, Fernández & Baptista, 2014). En la investigación la triangulación se realizó en el sistema Atlas.ti 8, de los resultados cualitativos obtenidos de las entrevistas a los sujetos informantes. Los resultados cuantitativos, del análisis y determinación del precio de venta, de las políticas, factores y métodos para su determinación, además de incluir conceptos sobre la categoría y sub categorías, los resultados permitieron obtener los resultados mixtos y con ello responder a los objetivos

III. RESULTADOS

3.1 Descripción de resultados cuantitativos

3.1.1 Políticas para la fijación

3.1.1.1 Precios basados en los costos

$$\text{Factor} = \frac{\text{Costo total de importación}}{\text{Valor FOB}}$$

$$\text{Factor} = \frac{128,309.09}{99,959.80} = 1.28360691$$

Tabla 2
Determinación de los costos de importación 04-2018

N°	Descripción	P. Unitario FOB en s/	Factor de distribución	Costo unitario recalculado	Costo reflejado en el kardex
1	Cárdigan	11.30	1.28360691	15	14
2	Suéter	12.27	1.28360691	16	15
3	Polo	9.36	1.28360691	12	11
4	Blusa	10.01	1.28360691	13	12
5	Falda	10.66	1.28360691	14	12

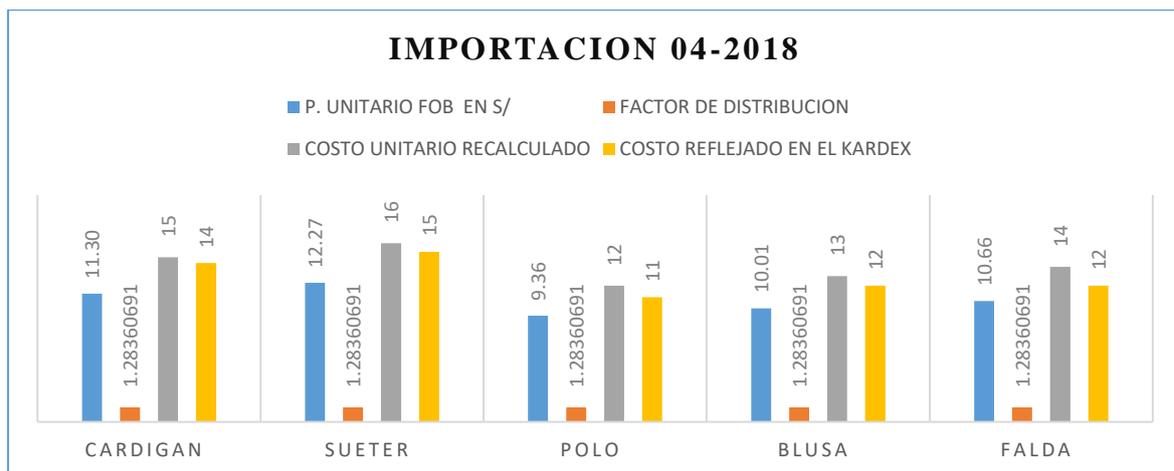


Figura 1. Determinación de los costos de importación 04-2018

La empresa, en abril 2018 importó prendas de vestir, para conocer los costos en los que incurrió se realiza el cálculo correspondiente para determinar el costo total de la importación,

el valor CIF es de 103,214.83, la suma total de los derechos e impuestos es 13,828.00, además de los gastos complementarios a la importación por un valor de 11,266.26, de la suma de todos los conceptos se obtiene 128,309.09 que es el costo total de la importación.

En los resultados se observa el precio unitario FOB de cárdigan con 11.30, suéter 12.27, polo 9.36, blusa 10.01, falda 10.66, para distribuir el costo total de importación se determinó el factor de distribución que se determina dividiendo el costo total de importación 128,309.09 entre el valor FOB 99,959.80, a lo que en los resultados muestra un factor de 1.28360691, al aplicar el factor al precio unitario FOB en s/ a cada mercadería se determinó el costo unitario de importación de los productos adquiridos, cárdigan con 15, suéter 16, polo 12, blusa 13, falda 14, estos costos no están reflejados en el kardex debido a que el personal que calcula los costos no consideró algunos gastos de importación, como gastos administrativos, manipuleo, verificación de datos, etc. porque no hacían mención a la DAM, esto afectó en la determinación del factor por ende los costos están calculados inadecuadamente, en el kardex cada una de estas mercaderías posee otro costo, cárdigan con 14, suéter 15, polo 11, blusa 12, falda 12 generando diferencia, por ende no se determinó correctamente los costos de importación de cada mercadería. Esta contrastación con el kardex confirma que la empresa tiene como referencia o política de basarse en sus costos respecto al establecimiento de sus precios.

$$\text{Factor} = \frac{\text{Costo total de importación}}{\text{Valor FOB}}$$

$$\text{Factor} = \frac{60,711.41}{47,595.50} = 1.27557038$$

Tabla 3
Determinación de los cotos de importación 05-2018

Nº	Descripción	P. Unitario FOB en s/	Factor de distribución	Costo unitario recalculado	Costo reflejado en el kardex
1	Cárdigan	12.45	1.27557038	16	15
2	Suéter	11.47	1.27557038	15	14

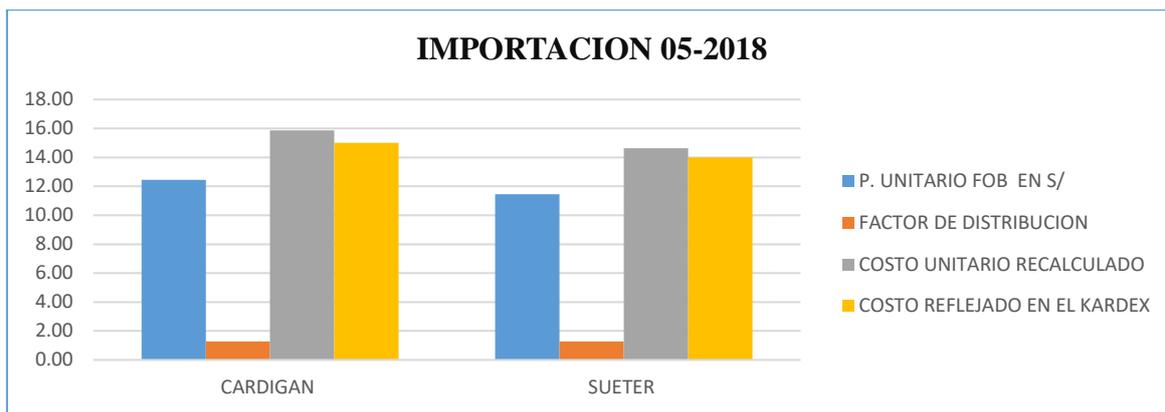


Figura 2. Determinación de los costos de importación 05-2018

En mayo 2018 también realiza una importación en menor cantidad a la anterior, para conocer los costos en los que incurrió se realiza el cálculo correspondiente para determinar el costo total de la importación, el valor CIF es de 49,396.23, la suma total de los derechos e impuestos es 6,558.00, además de los gastos complementarios a la importación por un valor de 4,757.18, de la suma de todos los conceptos se obtiene 60,711.41 que es el costo total de la importación.

En los resultados se observa el precio unitario FOB de cárdigan con 12.45, suéter 11.47, para distribuir el costo total de importación se determinó el factor de distribución que se determina dividiendo el costo total de importación 60,711.41 entre el valor FOB 47,595.50, a lo que en los resultados muestra un factor de 1.27557038, al aplicar el factor al precio unitario FOB en s/ a cada mercadería se determinó el costo unitario de importación de los productos adquiridos, cárdigan con 16, suéter 15, estos costos no están reflejados en el kardex debido a que el personal que calcula los costos no consideró algunos gastos de importación, como servicio logístico integral y gastos operativos, porque no hacían mención a la DAM, esto afectó en la determinación del factor por ende los costos están calculados inadecuadamente, en el kardex cada una de estas mercaderías posee otro costo, cárdigan con 15, suéter 14, generando una pequeña diferencia, por ende no se determinó correctamente los costos de importación de cada mercadería. Esta contrastación con el kardex confirma que la empresa tiene como referencia o política de basarse en sus costos respecto al establecimiento de sus precios.

$$\text{Factor} = \frac{\text{Costo total de importación}}{\text{Valor FOB}}$$

$$\text{Factor} = \frac{137,385.63}{106,881.80} \quad 1.28539779$$

Tabla 4
Determinación de los cotos de importación 11-2018

N°	Descripción	P. Unitario FOB en s/	Factor de distribución	Costo unitario recalculado	Costo reflejado en el karded
1	Cárdigan	11.83	1.28539779	15	10
2	Polo	9.46	1.28539779	12	10
3	Blusa	10.47	1.28539779	13	8
4	Vestido	12.16	1.28539779	16	12
5	Falda	11.15	1.28539779	14	10

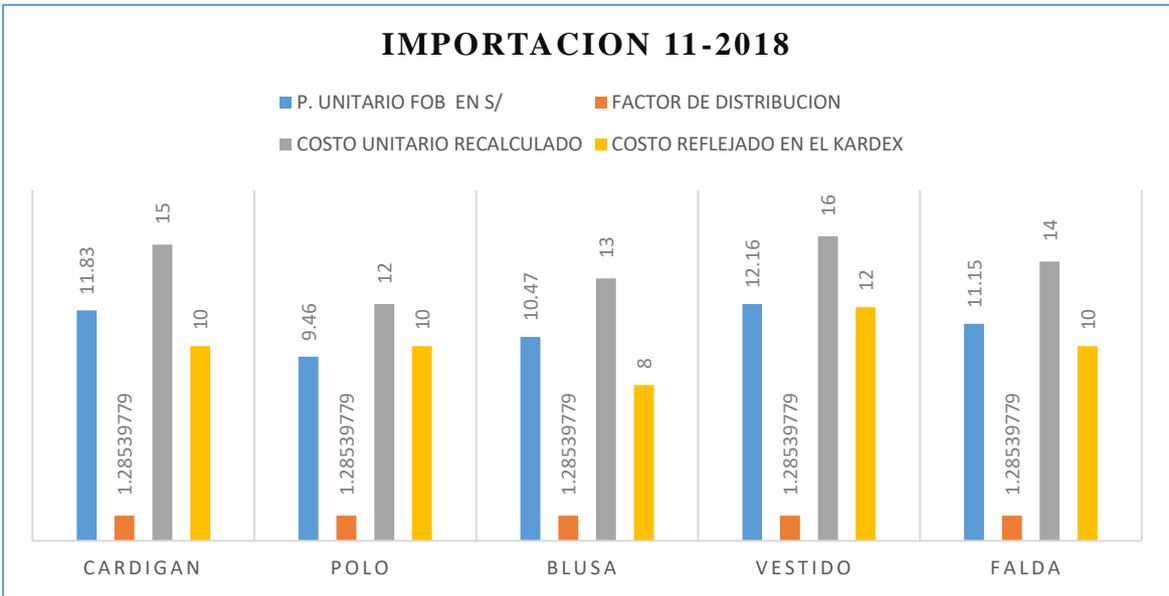


Figura 3. Determinación de los costos de importación 11-2018

La empresa, en noviembre 2018 importó prendas de vestir, para conocer los costos en los que incurrió se realiza el cálculo correspondiente para determinar el costo total de la importación, el valor CIF es de 110,905.46, la suma total de los derechos e impuestos es 14,669.00, además de los gastos complementarios a la importación por un valor de 11,811.17, de la suma de todos los conceptos se obtiene 137,385.63 que es el costo total de la importación.

En los resultados se observa el precio unitario FOB de cárdigan con 11.83, polo 9.46, blusa 10.47, vestido 12.16, falda 11.15, para distribuir el costo total de importación se

determinó el factor de distribución que se determina dividiendo el costo total de importación 137,385.63 entre el valor FOB 106,881.80, a lo que en los resultados muestra un factor de 1.28539779, al aplicar el factor al precio unitario FOB en s/ a cada mercadería se determinó el costo unitario de importación de los productos adquiridos, cárdigan con 15, polo 12, blusa 13, vestido 16, falda 14, estos costos no están reflejados en el kardex debido a que el personal que calcula los costos no consideró algunos gastos de importación, porque no hacían mención a la DAM, esto afectó en la determinación del factor, también se aplicó un tipo de cambio errado ello repercutió cuando se convirtió de dólares a soles el precio unitario FOB y por ende los costos están calculados inadecuadamente, en el kardex cada una de estas mercaderías posee otro costo, cárdigan con 10, polo 10, blusa 8, vestido 12, falda 10 generando una significativa diferencia, por ende no se determinó correctamente los costos de importación de cada mercadería. Esta contrastación con el kardex confirma que la empresa tiene como referencia o política de basarse en sus costos respecto al establecimiento de sus precios.

3.1.1.2 Precios basados en los precios de la competencia o del mercado

Tabla 5

Precios de la empresa importadora y competencia o mercado

Mercaderías	P. Venta Emp. Importadora			P. Venta competencia			% Ganancia de la competencia respecto a la Emp. Import.	
Blusa	12	8		20	18	12	33%	40%
Cárdigan	9	15	12	28	24	19	46%	53%
Falda	15	12	10	20	15	26	33%	42%
Polo	10	17	8	22	25	23	32%	64%
Suéter	12	10	15	33	30	25	55%	60%
Bibidi	6			25	15		60%	76%
Vestido	12			20	27	30	40%	60%

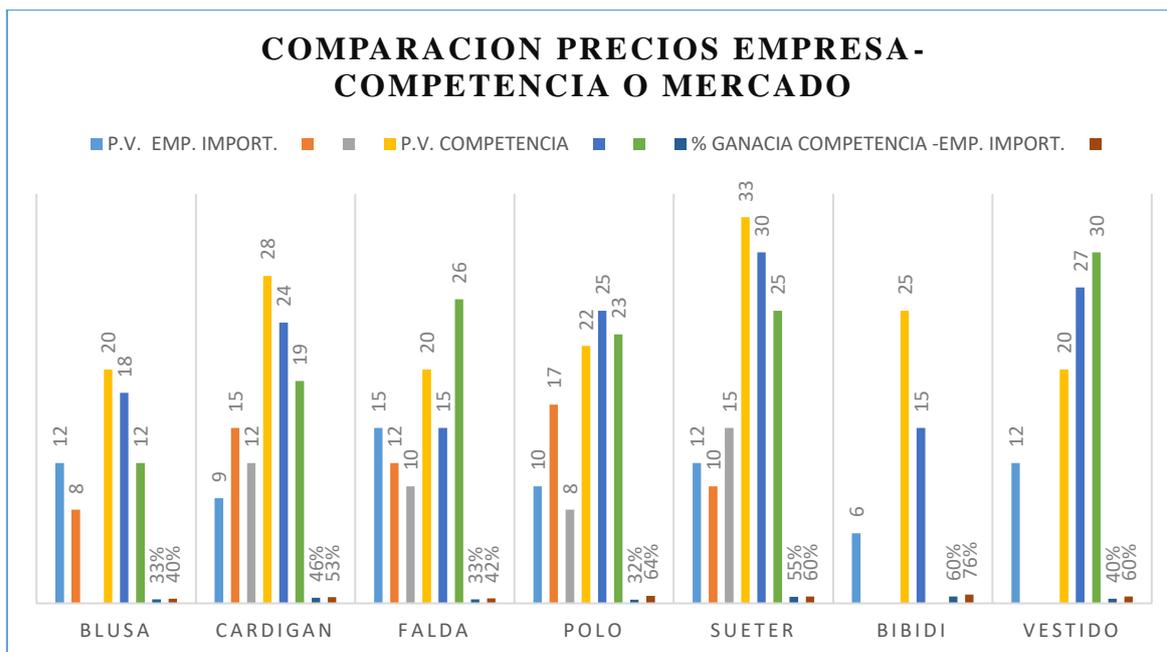


Figura 4. Precios de la empresa importadora y competencia o mercado

En el resultado se observa que la empresa importadora no toma como referencia el precio de la competencia debido a que los precios que maneja la competencia son superiores. Los precios de la blusa en la empresa son de 8, 12 y los de la competencia son de 12, 18, 20, los precios de cárdigan son 9, 12, 15 y los de la competencia son 19, 24, 28, la falda esta desde 10, 12, 15 y los del mercado en 15, 20, 26, los polos están desde 8, 10, 17 y en el mercado están 22, 23, 25, también está el suéter de 10, 12, 15 y la competencia lo comercializa en 25, 30, 33, también está el bibidi de 6 lo que en el mercado se encuentra a un precio de 15, 25, por último el vestido que se vende a 12 , lo que normalmente se vende en el mercado es 20, 27, 30. Así mismo tomando como referencia base los precios de la empresa importadora se determinó que la competencia aplica un margen de ganancia de 33% hasta un 40% respecto a las blusas, cárdigan de 46% hasta un 53%, falda de 33% hasta 42%, polo de 32% hasta 64%, suéter de 55% hasta 60%, bibidi de 60% hasta 76%, y por último el vestido de un 40% hasta 60% de ganancia respecto a la empresa importadora.

3.1.2 Factores que influyen en la determinación del precio de venta

3.1.2.1 Calidad del producto

Tabla 6

Detalle de composición de las prendas de vestir importación año 2018

N°	Descripción	Composición tela			
		Rayon viscosa	Poliamida	Poliuretano	Poliéster
1	Blusa m. varios, teñido, a. normal, t. estándar				100%
2	Cárdigan m. varios, teñido, a. normal, t. estándar	70%	25%	5%	
3	Falda m. varios, teñido, a. normal, t. estándar				100%
4	Polo m. varios, teñido, a. normal, t. estándar	70%	25%	5%	
5	Suéter m. varios, teñido, a. normal, t. estándar	70%	25%	5%	
6	Vestido m. varios, teñido, a. normal, t. estándar				100%

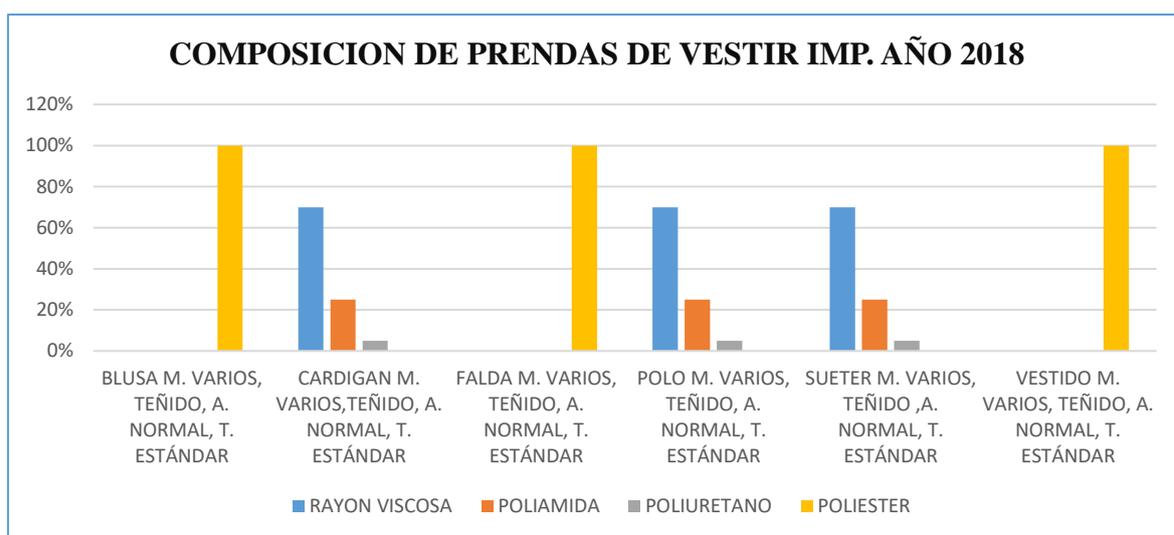


Figura 5. Detalle de composición de las prendas de vestir importación año 2018

Existe un sin fin de factores que influyen en la determinación de los precios de un producto, la calidad del producto es uno de los factores primordiales, para medir el factor principal existe una gran variedad de formas de medir y conocer, en la investigación en particular nos basaremos en la calidad de tela por la que están elaboradas las prendas de vestir importados.

En la figura 5 se observa que la blusa de modelos varios, teñido, de acabado normal, talla estándar, está compuesta por 100% de tela poliéster. El cárdigan de modelos varios, teñido, de acabado normal, talla estándar la tela por la que está compuesta en mayor

proporción es de tela rayón viscosa en un 70%, en menor porcentaje de 25% de poliamida y de poliuretano en un 5%. La falda de modelos varios, teñido, de acabado normal, talla estándar está elaborada en un 100% de tela poliéster. También se observa que la empresa vende polos de modelos varios, teñidos, de acabado normal, talla estándar, para su elaboración se usó en mayor porcentaje la tela rayón viscosa en un 70%, también por la tela poliamida en un 25% y en 5% de poliuretano. El suéter modelos varios, teñido, de acabado normal, talla estándar está elaborado de rayón viscosa en 70%, poliamida en 25% y poliuretano en un 5% y por último el vestido modelos varios, teñido, de acabado normal, talla estándar compuesta al 100% de tela poliéster lo cual refleja que estos productos importados han sido elaborados de calidad regular por la combinación de materiales o telas pues cada una de ellas tiene una propiedad distinta.

3.1.2.2 La localización del negocio

La localización es un factor influyente para la determinación de los precios de un producto o servicio. La empresa importadora se ubica en cercado de Lima, urb. Barrios altos exactamente en jr. Ayacucho 1163, pues la empresa posee su tienda en un lugar no tan concurrido por los adquirientes a diferencia de las avenidas paralelas al de la ubicación de la empresa.

3.1.3 Métodos para calcular el precio de venta

3.1.3.1 Método: precio sobre la base del costo más margen

Fórmula

$$\text{Precio de venta} = \text{Costo total unitario} + (\% \text{ ganancia} \times \text{costo total unitario})$$

Comprobación

$$pv = \frac{pv - ctu}{pv}$$

Tabla 7

Determinación de precios según el método precio sobre la base del costo más margen

PRODUCTO	COSTO UNITARIO	P.V. METODO p.v = ctu + (% g. x ctu)	MARGEN G. METODO p.v = ctu + (% g. x ctu) EN %
BLUSA	8	10	23%
	12	16	23%
CARDIGAN	9	12	23%
	12	16	23%
	15	20	23%
FALDA	10	13	23%
	12	16	23%
	15	20	23%
POLO	8	10	23%
	10	13	23%
	17	22	23%
SUETER	10	13	23%
	12	16	23%
	15	20	23%
BIBIDI	6	8	23%
VESTIDO	12	16	23%

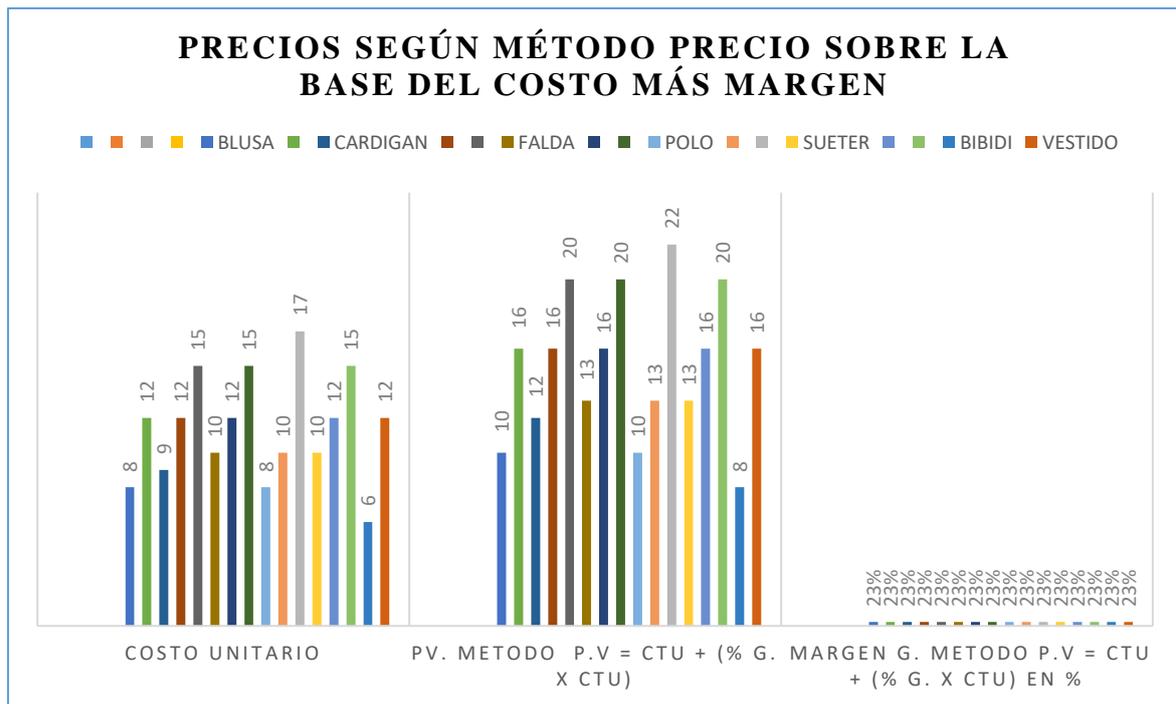


Figura 6. Determinación de precios según el método precio sobre la base del costo más margen

En la empresa no se aplica ningún método de determinación de precio de venta, al contrastar los comprobantes de pago se observa que se vende al costo reflejado en el kardex.

El método precio sobre la base del costo más margen, es un método tradicional que consiste en aplicar el margen de utilidad al costo y adicionar el resultado del margen calculado al costo lo cual constituiría el precio de venta.

En la empresa se seleccionó aleatoriamente una factura y boleta de venta, corroborando con el kardex constituía el costo unitario de las mercaderías que comercializa la empresa, por ello se tomó los importes de los comprobantes para aplicar este método. Se aplicó un margen de ganancia del 30 % a todos los productos

En el grafico se observa que la blusa de costo unitario de 8 y 12 aplicando el método el precio sería 10 y 16, del mismo modo el cárdigan el costo oscila desde 9, 12 y 15 y determinando con el método sería 12, 16, 20, la falda oscila en 10, 12, 15 determinando el precio con el método precio sobre la base del costo más margen se determinó 13, 16, 20 respectivamente. Respecto a los polos se observa que los costos son 8, 10, 17 y se determinó 10, 13, 22 con el método aplicado. El suéter es otro producto de costo 10, 12, 15 con el método se determinó los precios de 13, 16, 20, respecto al bibidi se observa que el costo es de 6 con el método se determinó un precio de 8 y por último el vestido de costo 6 y 12 determinando con el método oscila entre 8 y 16. Se observa que aplicando la comprobación, precio de venta menos el costo unitario total sobre el precio de venta determinado se obtuvo un porcentaje de ganancia del 23% en todos los productos, esto quiere decir que la empresa no obtendría los resultados planteados como generar el 30 % de margen de ganancia lo cual afectaría a la empresa si aplica este método, desde esta perspectiva muestra que este método no es del todo confiable.

3.1.3.2 Método: precio sobre la base del costo más margen sobre el precio

Fórmula

$$\text{Precio de venta} = \text{Costo total unitario} + (\% \text{ ganancia} \times \text{precio de venta})$$

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo total unitario}}{(1 - \% \text{ de ganancia})}$$

Comprobación

$$pv = \frac{pv - ctu}{pv}$$

Tabla 8

Determinación de precios según el método precio sobre la base del costo más margen sobre el precio

PRODUCTO	COSTO UNITARIO	PV. METODO $Pv = ctu +$ (% g x pv)	MARGEN G. METODO $Pv = ctu +$ (% g x pv) EN %
BLUSA	8	11	30%
	12	17	30%
	9	13	30%
CARDIGAN	12	17	30%
	15	21	30%
	10	14	30%
FALDA	12	17	30%
	15	21	30%
	8	11	30%
POLO	10	14	30%
	17	24	30%
	10	14	30%
SUETER	12	17	30%
	15	21	30%
	6	9	30%
VESTIDO	12	17	30%

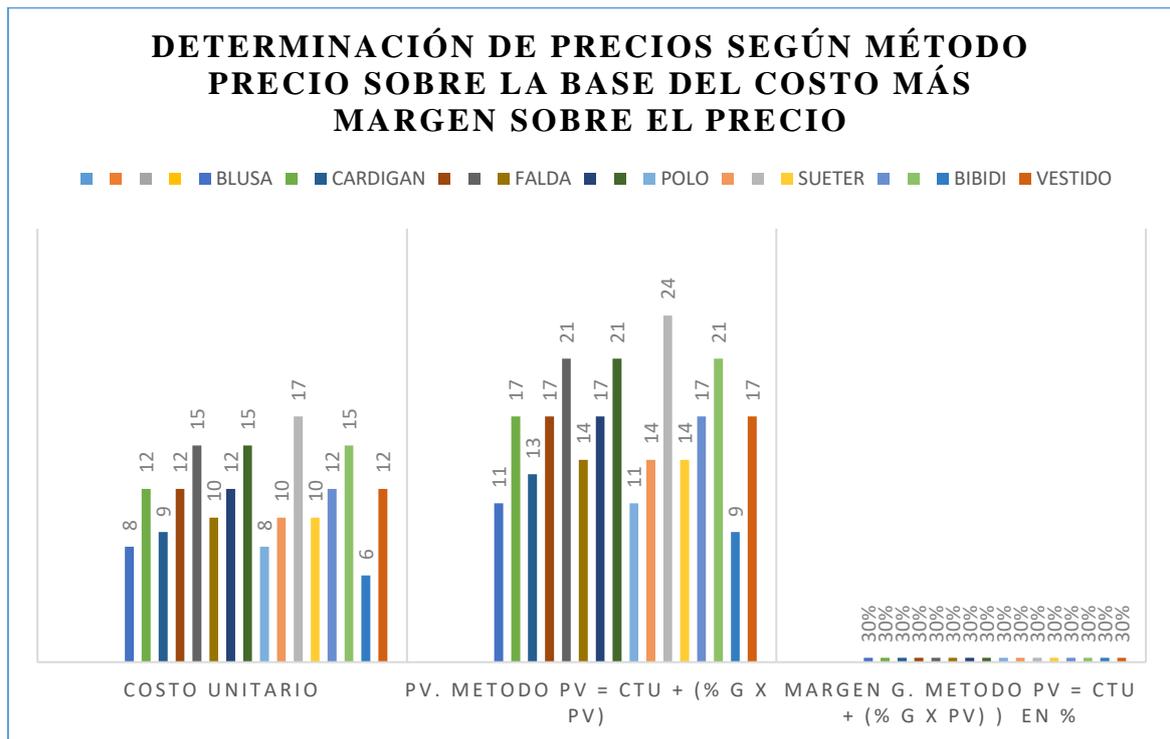


Figura 7. Determinación de precios según el método precio sobre la base del costo más margen sobre el precio

El método precio sobre la base del costo más margen sobre el precio, despejando el método, el costo total unitario sobre el resultado de, uno menos en el porcentaje de ganancia, constituiría el precio de venta.

En la empresa se seleccionó aleatoriamente una factura y boleta de venta corroborando con el kardex constituía el costo unitario de las mercaderías que comercializa la empresa, por ello se tomó los importes de los comprobantes para aplicar este método y se aplicó un margen de ganancia del 30 % a todos los productos

En los resultados del gráfico 7 se observa que la blusa de costo unitario de 8 y 12 aplicando el método el precio sería 11 y 17, del mismo modo el cárdigan el costo oscila desde 9, 12 y 15 y determinando con el método sería 13, 17, 21, el costo de la falda es 10, 12, 15 determinando el precio con el método precio sobre la base del costo más margen sobre el precio se determinó 14, 17, 21 respectivamente. Respecto a los polos se observa que los costos son 8, 10, 17 y se determinó 11, 14, 24 con el método aplicado. El suéter es otro producto de costo 10, 12, 15 con el método se determinó los precios de 14, 17, 21, respecto al bibidi se observa que el costo es de 6 con el método se determinó un precio de 9 y por último el vestido de costo 6 y 12 determinando con el método oscila entre 9 y 17. Se observa que determinando la comprobación, precio de venta menos el costo unitario total sobre el precio de venta determinado se obtuvo un porcentaje de ganancia del 30% en todos los productos, esto quiere decir que la empresa obtendría los resultados planteados respecto al margen de ganancia lo cual sería beneficioso para la empresa si aplica este método, desde esta perspectiva muestra que este método es confiable.

3.2 Descripción de resultados cualitativo

3.2.1 Políticas para la fijación de precios

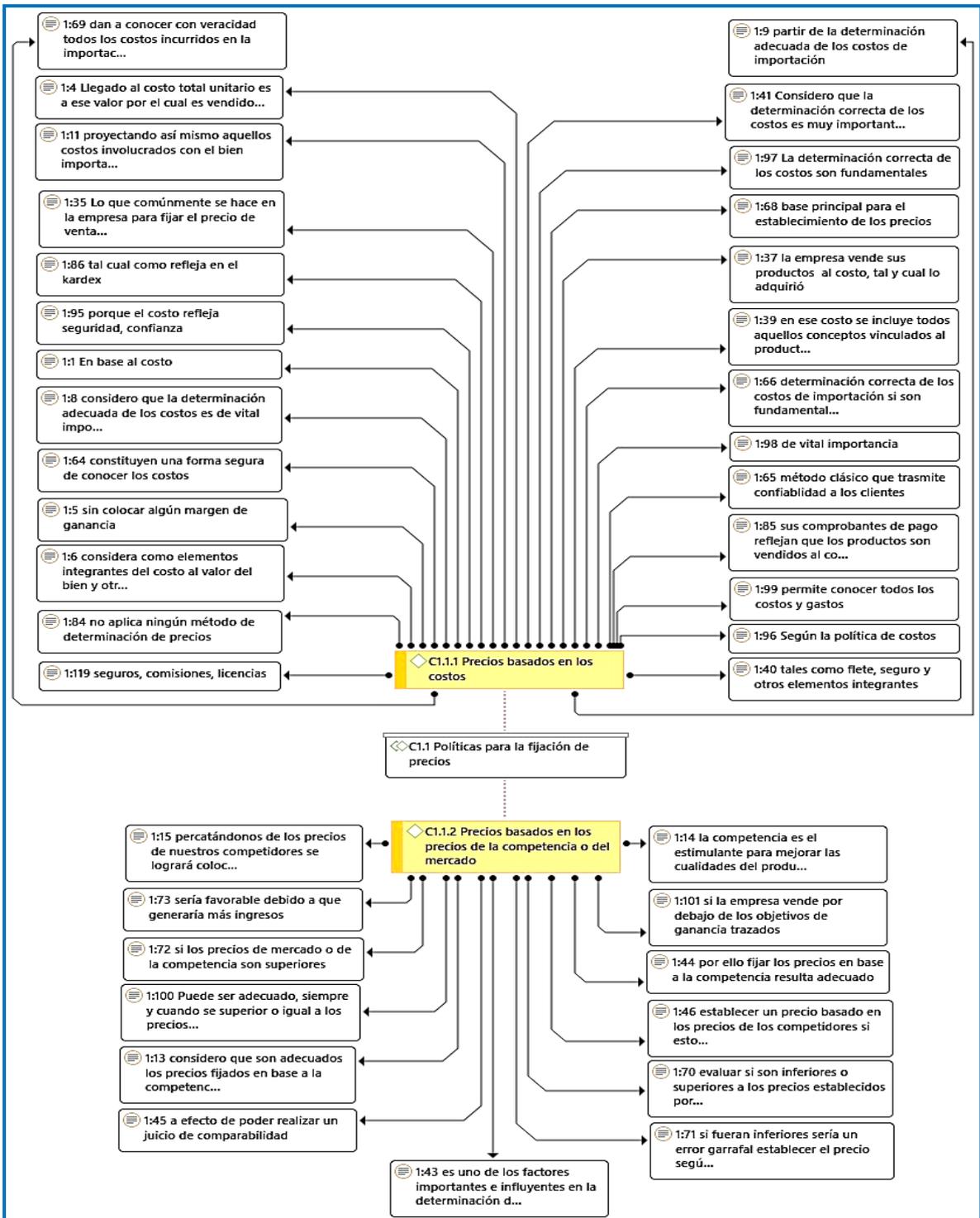


Figura 8. Triangulación en el sistema Atlas.ti 8 los resultados de las entrevistas sobre las políticas para la fijación de precios

Existen una gran variedad de políticas para la fijación de precios, en la investigación se abarcará las políticas basadas en los costos y en la competencia o el mercado.

Los sujetos entrevistados mencionaron que la empresa importadora comúnmente fija sus precios en base a sus costos o según la política de costos, porque es un método que transmite confiabilidad a los clientes, también afirman que dan a conocer con veracidad todos los costos incurridos en la importación, además que el costo refleja seguridad y confianza. Mencionan que la determinación adecuada de los costos es de vital importancia y fundamental porque constituyen una forma segura de conocer los costos, y en la empresa importadora es la base principal para establecer los precios. Así mismo los entrevistados mencionaron que la empresa importadora considera como elementos del costo al valor del bien más los costos y gastos, como los seguros, comisiones, licencias, flete y otros elementos integrantes del costo de importación.

Algunos entrevistados mencionaron que la empresa no aplica ningún método de determinación de precios, afirman que los comprobantes de pago reflejan que los productos son vendidos al costo, tal cual como refleja en el kardex, sin colocar o establecer un margen de ganancia.

La empresa importadora no fija sus precios en base a la competencia o precios de mercado, los entrevistados consideran que es uno de los factores importantes e influyentes en la determinación de los precios y consideran que es adecuado establecer los precios bajo esta política porque la competencia es un estimulante para mejorar las cualidades del producto, mientras que otros entrevistados consideran que se tiene que evaluar si estos son superiores o inferiores a los que establece la empresa a efecto de poder realizar un juicio de comparabilidad. Si son inferiores afirman que sería un error garrafal porque estaría vendiendo por debajo de sus objetivos, por lo contrario, si los precios fueran superiores a los establecidos por la empresa convendría establecer sus precios en base a esta política porque sería favorable y generaría más ingresos para la empresa.

3.2.2 Factores que influyen en la determinación del precio de venta

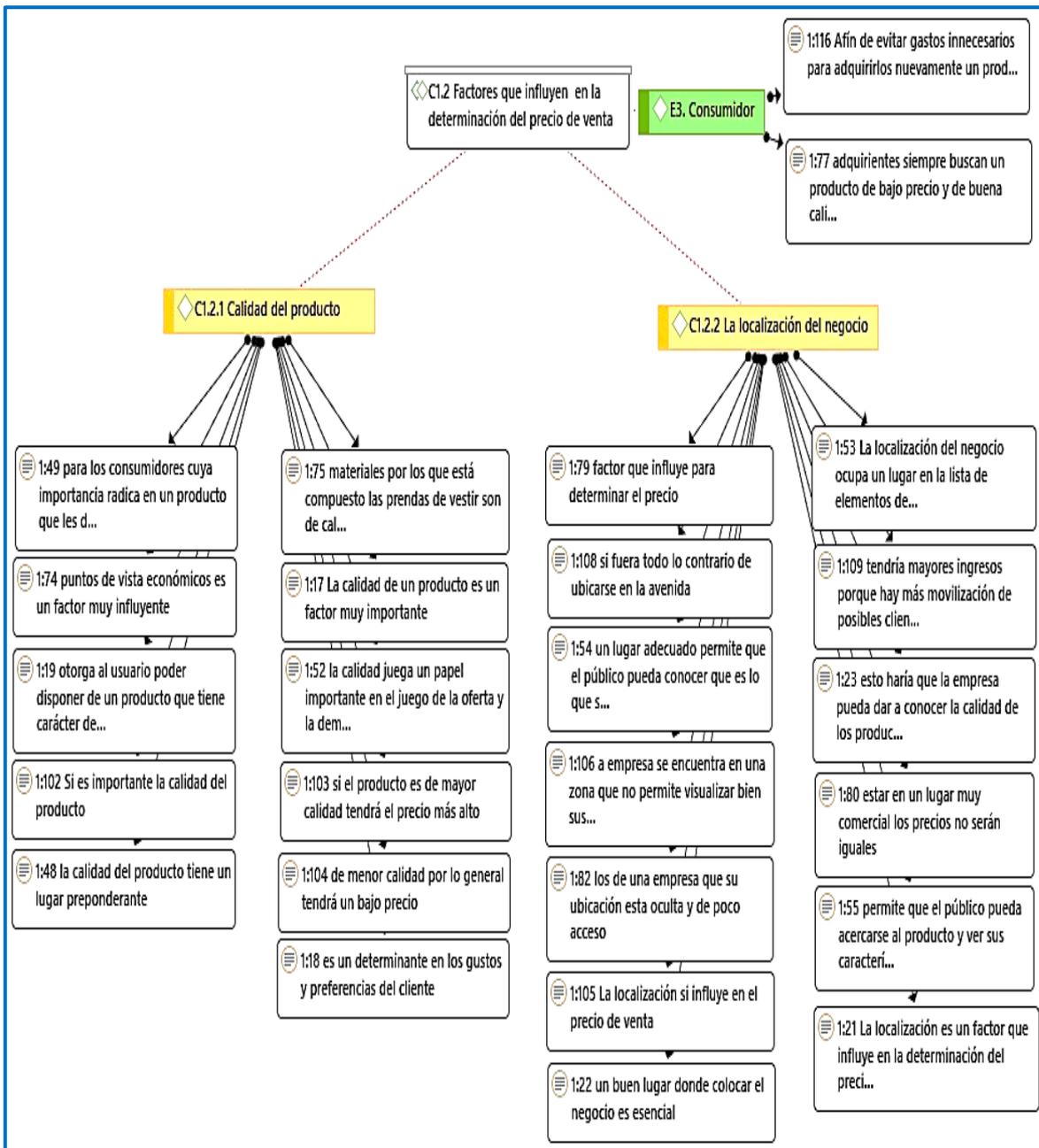


Figura 9. Triangulación en el sistema Atlas.ti 8 los resultados de las entrevistas sobre los factores que influyen en la determinación del precio de venta

En la investigación se abarcará dos factores que influyen en la determinación del precio. Según los entrevistados la calidad del producto es un determinante en los gustos y preferencias del cliente cuya importancia radica en un producto duradero, desde la perspectiva económica es un factor muy influyente y juega un papel importante en la oferta y demanda y tiene un lugar preponderante. Además de otorgar al usuario poder disponer de

un producto que tiene carácter de permanente, lo cual es un beneficio para el consumidor, también mencionan que si un producto es de mayor calidad tendrá un precio más elevado y si es de menor calidad por lo general tendrá un bajo precio.

También mencionaron que los materiales por los que está elaborado las prendas de vestir de la empresa importadora son de calidad media.

La localización del negocio, es un factor que influye y ocupa un lugar en la lista de elementos para determinar el precio de venta, un buen lugar donde ubicar un negocio es esencial, porque permite que el público pueda acercarse al producto y pueda visualizar sus características físicas.

Los sujetos informantes afirman que la empresa se encuentra en una zona oculta y de poco acceso lo cual no permite que se visualice bien los productos. También mencionaron que, si la empresa se ubicaría en una avenida, permitiría que la empresa pueda dar a conocer sus productos así mismo variarían sus precios y tendría mayores ingresos porque hubiera más movilización de posibles clientes.

Otro elemento primordial e indispensable que resaltó gracias a los sujetos informantes es el consumidor, que es el indicador emergente en la investigación, juega un rol muy importante en la adquisición de los productos, el consumidor a fin de evitar gastos innecesarios para adquirir nuevamente un producto casi siempre prefiere adquirir un bien que rinda mucho tiempo, debido a que el adquiriente siempre busca un producto de bajo precio y de buena calidad.

3.2.3 Métodos para calcular el precio de venta

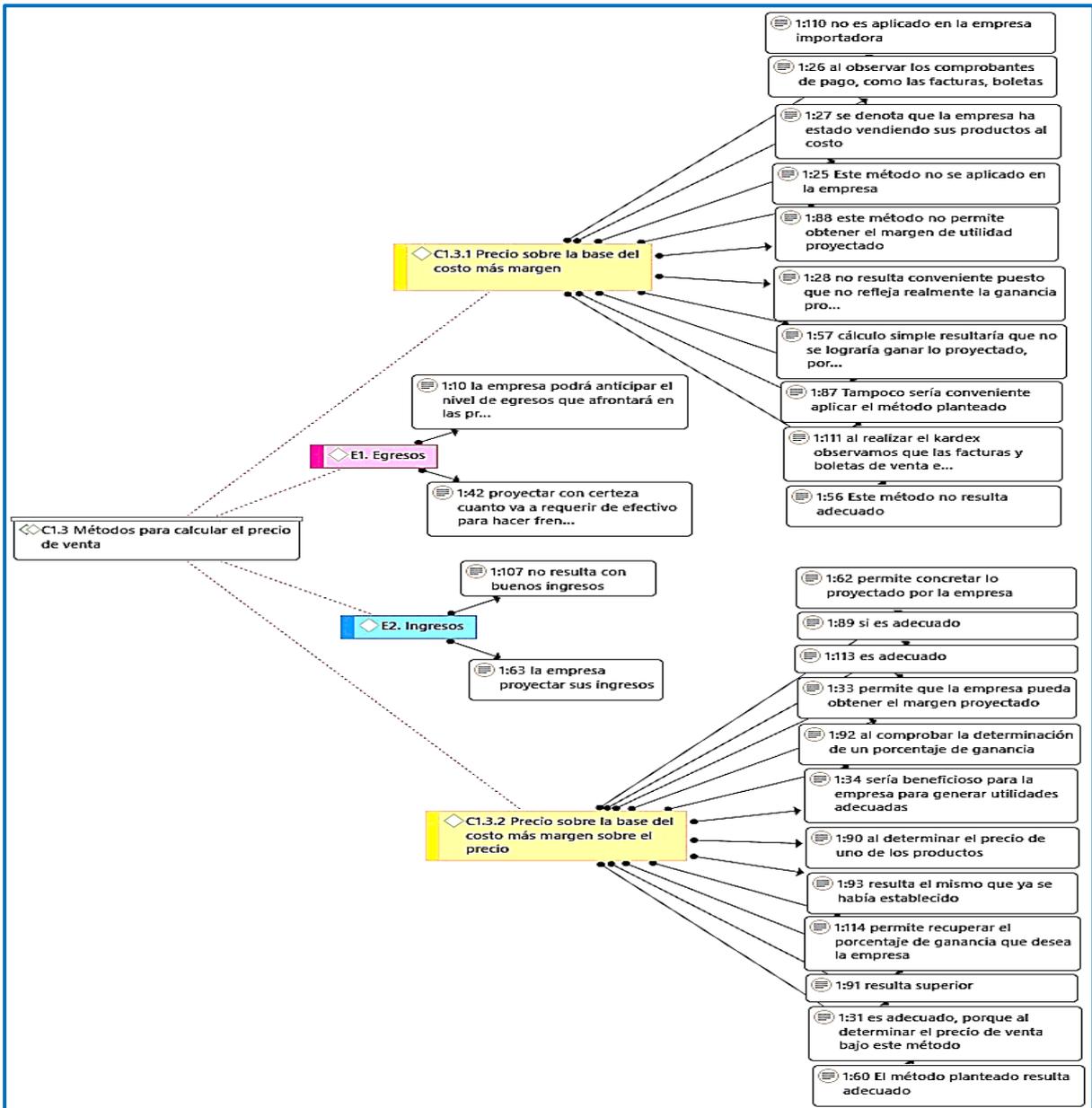


Figura 10. Triangulación en el sistema Atlas.ti 8 los resultados de las entrevistas sobre los métodos para calcular el precio de venta

Los métodos para establecer el precio de venta son variados, en la investigación se abarcó dos métodos basados en los costos.

Este método es de cálculo simple, que a partir del costo del producto se aplica el porcentaje de ganancia y el resultado que se obtiene del cálculo se suma al costo y esto constituiría el precio de venta. Según los sujetos informantes el método precio sobre la base

del costo más margen no se aplica en la empresa, porque el personal que elabora el kardex menciona que las facturas y boletas de venta están reflejando el costo establecido en el kardex es decir denotan que la empresa está vendiendo sus productos al valor establecido en el documento de control de mercaderías y no está incrementando el margen de ganancia, así mismo mencionan que este método de determinación de precio de venta planteado, no debe aplicarse en la empresa porque no resultaría adecuado debido a que no reflejaría realmente la ganancia proyectada o planteada en cada producto por ende las expectativas de la empresa no se cumplirían.

En cuanto al método de determinación precio sobre la base del costo más margen sobre el precio, los entrevistados mencionaron que es el método más adecuado para aplicar en la empresa, debido a que toma como base de cálculo el costo de los productos por ende es más confiable, también observaron la forma de cálculo despejando la fórmula sería el costo total unitario sobre uno menos el porcentaje de ganancia ello nos reflejaría el precio de venta y al comprobar si, el porcentaje de ganancia planteado que se determina según el precio de venta determinado menos el costo total unitario todo ello sobre el precio de venta reflejaría el porcentaje de ganancia, el resultado sería el que establecieron en un principio, a diferencia del método anterior dedujeron que mediante este método la empresa obtendría el margen de ganancia proyectada en cada uno de sus productos, también afirman que sería beneficioso aplicar este método a la empresa ya que en la actualidad los precios no se están estableciendo adecuadamente.

En la investigación para conocer los métodos para el cálculo del precio de venta surgieron dos categorías emergentes el primero son los ingresos, esta categoría se relaciona debido a que, si la empresa establece adecuadamente sus precios, obtendrá más ingresos relacionados con la venta de sus productos. Así mismo con los ingresos, los entrevistados mencionaron que podrá proyectar cuanto va a requerir para futuras importaciones sin presentar percances.

Precio de venta

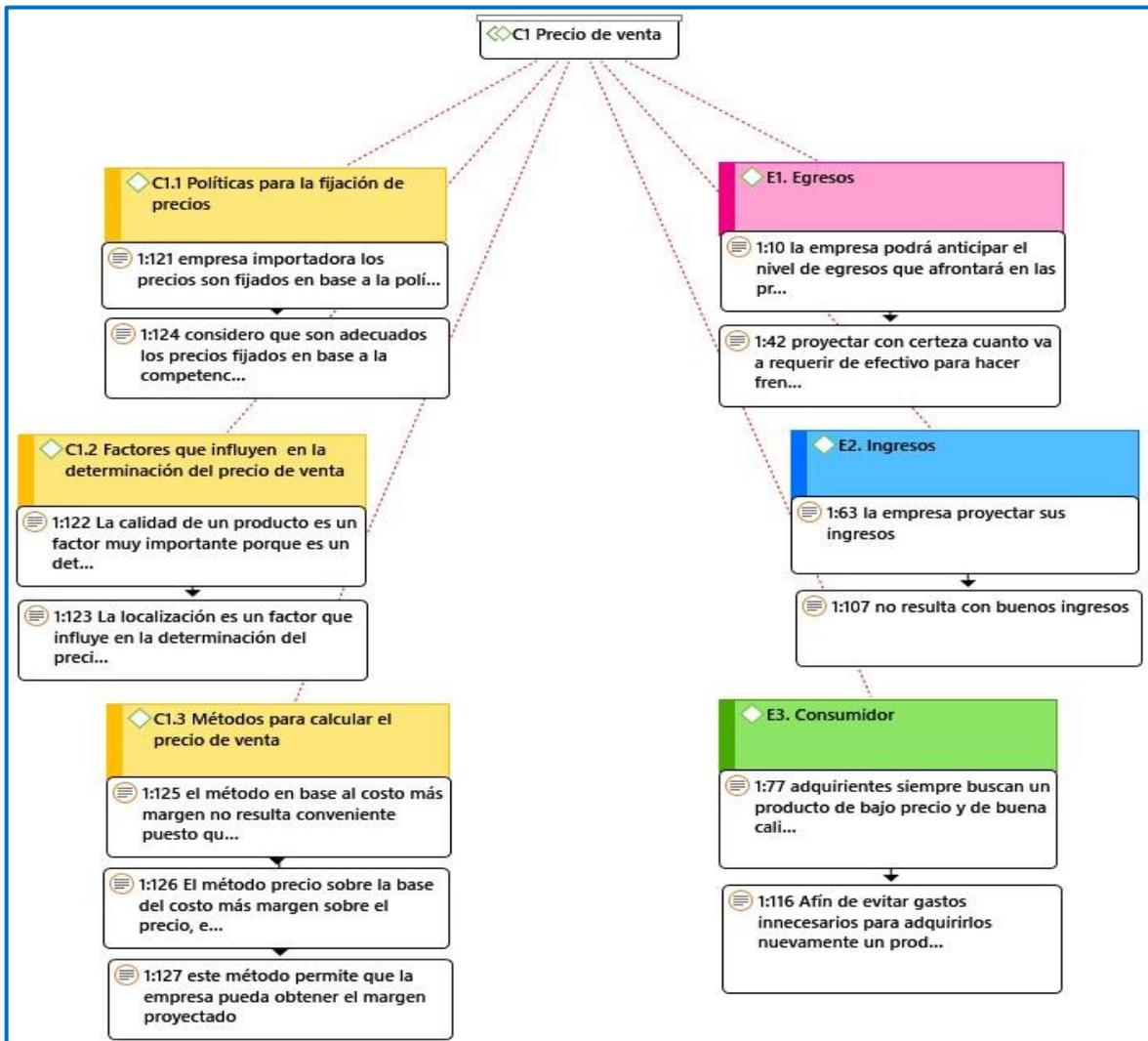


Figura 11. Triangulación en el sistema Atlas.ti 8 del precio de venta

El precio de venta es la asignación monetaria que se le establece a un producto, es un tema complejo debido a que cada entidad establece según la forma o método que le convenga. En la empresa importadora se observa que la empresa no está estableciendo adecuadamente sus precios de venta, ni calculando adecuadamente su base referente que es el costo de importación por ello se investigó acerca de las políticas que aplica la empresa para establecer sus precios, algunos de los sujetos informantes adujeron que la empresa importadora establece sus precios según el costó, porque constituyen una forma segura de conocer los costos y gastos de sus importaciones.

Mientras que otros aseguran que la empresa no establece sus precios bajo ninguna política debido a que observaron que los precios de los comprobantes de pago son iguales a los del documento de control kardex, donde refleja los costos de cada producto. Así mismo que no establece según el de la competencia, pero consideran que podrían ser adecuados siempre y cuando sean superiores a sus precios, también mencionan que la competencia es un estimulante para mejorar las cualidades del producto.

Del mismo modo se buscó conocer los factores que influyen en la determinación del precio de venta uno de los principales es la calidad del producto, los entrevistados mencionaron que es un factor muy importante porque es un determinante de gustos y preferencias y afirmaron que la empresa vende productos de calidad media, también la localización es otro factor influyente, por lo que los sujetos informantes mencionan que es esencial un lugar adecuado y que tiene relación con el precio, así mismo afirman que la empresa no está en un lugar adecuado.

En la investigación también se buscó conocer que método de determinación de precio de venta se aplicaba para ello se planteó dos métodos que necesitaban como base la determinación de los costos de los productos, a ello los sujetos informantes mencionaron que la empresa no aplica ningún método de determinación de precio de venta, también afirmaron que el método en base al costo más margen no resulta adecuado puesto que no refleja la ganancia proyectada. En cambio, opinaron distinto respecto al método precio sobre la base del costo más margen sobre el precio, afirman que es adecuado debido a que permite generar el margen o porcentaje de ganancia establecido.

En la investigación surgieron categorías emergentes relacionados al tema de investigación como el consumidor, ingresos y egresos todas estas categorías emergentes se relacionan con la determinación del precio de venta y por ende en la determinación adecuada de los costos de importación.

3.3 Diagnóstico

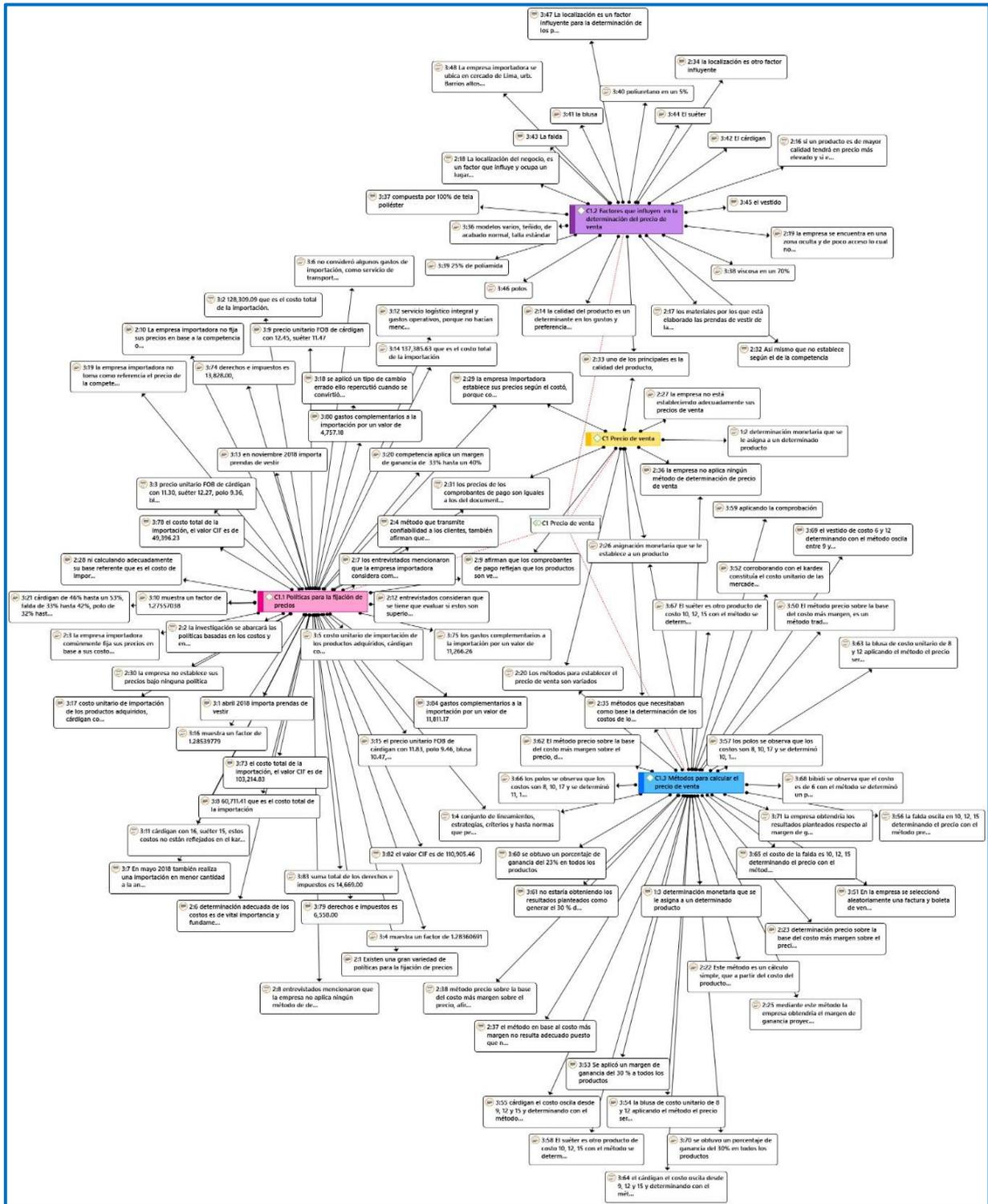


Figura 12. Triangulación en el sistema Atlas.ti 8 los resultados cuantitativos y cualitativos del precio de venta, políticas para la fijación de precios, factores que influyen en la determinación del precio de venta y los métodos para calcular el precio de venta

El precio de venta es la asignación monetaria que se establece a un producto, para ello se tiene que seguir una serie de estrategias, criterios, lineamientos y normas que regulen los precios, los métodos para establecer los precios son variados.

Los entrevistados afirman que los precios son establecidos según el costo, porque constituyen una forma segura de conocer los costos y gastos incurridos en la importación, mientras que otros entrevistados afirman que la empresa importadora no aplica ningún método de determinación de precios, ello sustentan que al elaborar el kardex se observa que las mercaderías detalladas en los comprobantes de pago reflejan el costo, es decir la empresa no está asignando el margen de ganancia a sus productos. Para contrastar las observaciones se recalculó las importaciones del año 2018 así mismo se corroboró que política sigue la empresa para determinar sus precios, se confirmó que la empresa importadora establece sus precios solo en base al costo.

En abril 2018 la empresa importó mercaderías como cárdigan con un precio unitario FOB de 11.30, suéter a 12.27, polo 9.36, blusa 10.01, falda 10.66, por un costo total de importación de 128,309.09, que está constituido por el valor CIF 103,214.83, derechos e impuestos por un importe de 13,828.00, y los gastos relacionados a la importación por total de 11,266.26. Determinado el factor de distribución para cada mercadería importada, el costo total de la importación 128,309.09 sobre el valor FOB 99,959.80 se obtuvo un factor de 1.28360691 lo cual se aplicó al precio unitario FOB de las mercaderías el resultado obtenido es superior a lo determinado y reflejado en el kardex, esto se debe a que en este mes el personal encargado de determinar el costo no consideró el servicio de transporte de contenedor, los gastos administrativos, manipuleo, la verificación de datos, porque los comprobantes de pago no hacían mención a la DAM, esto afectó la determinación del factor y con ello se determinó inadecuadamente los costos.

En mayo 2018 la empresa importó en menor cantidad para lo cual incurrió en un costo total de importación de 60,711.41, que está constituido por el valor CIF 49,396.23, derechos e impuestos por un importe de 6,558.00, y los gastos relacionados a la importación por total de 4,757.18. Determinando el factor de distribución para cada mercadería importada, el costo total de la importación 60,711.41 sobre el valor FOB 47,595.50 se obtuvo un factor de 1.27557038 lo cual se aplicó al precio unitario FOB de las mercaderías

el resultado obtenido es superior a lo determinado y reflejado en el kardex, esto se debe a la misma causa que la importación anterior, se obvió dos gastos relacionados a la DAM, el servicio logístico integral y gastos operativos, esto afectó la determinación del factor y con ello se determinó inadecuadamente los costos.

En noviembre 2018 la empresa vuelve a importar mercaderías de valor CIF 110,905.46, derechos e impuestos por 14,669.00 y por último gastos de importación 11,811.17 obteniendo un costo total de importación de 137,385.63, se determinó el factor que es 1.28539779 al aplicar el factor determinado se contrasta que la diferencia es mayor que las anteriores importaciones, esto debido a que no se consideró algunos gastos de importación y se aplicó un tipo de cambio errado.

Por lo cual se demuestra que la empresa fija sus precios en base a la política de costos, se corroboró que en la empresa no están determinando correctamente los costos de importaciones, debido a que el personal encargado de elaborar el costo está en proceso de aprendizaje, no tiene los conocimientos necesarios o la experiencia suficiente.

Los entrevistados mencionaron que la empresa no establece sus precios en base a la competencia. Se determinó y comprobó que la empresa no fija sus precios en base a la competencia debido a que al determinar y comparar los precios de la competencia y el de la empresa son regularmente distintos ello porque la empresa no asigna a sus precios el margen de utilidad. Partiendo de los costos de la empresa se determinó que la competencia gana entre 33% hasta un 40% respecto a las blusas, en cárdigan de 46% hasta un 53%, falda de 33% hasta 42%, polo de 32% hasta 64%, suéter de 55% hasta 60%, bibidi de 60% hasta 76%, y por último el vestido de un 40% hasta 60% de ganancia respecto a la empresa importadora.

Los entrevistados afirman que la calidad del producto y la localización de la empresa juegan un papel muy importante para establecer los precios. Se verificó que la calidad de la tela por los que están compuestos los productos importados y si este factor tiene relación con la determinación de precio de venta por lo que se analizó las fuentes documentarias de la composición de cada producto, por ello se afirma que las mercaderías importadas en el año 2018 son de modelos varios, teñidos, de acabado normal, de talla

estándar. La blusa de esta compuesta por 100% de tela poliéster. El cárdigan está compuesto en mayor proporción es de tela rayón viscosa en un 70%, en menor porcentaje de 25% de poliamida y por último de poliuretano en un 5%. La falda elaborada en un 100% de tela poliéster, polos para su elaboración se usó en mayor porcentaje la tela rayón viscosa en un 70%, también por la tela poliamida en un 25% y en 5% de poliuretano. El suéter elaborado de rayón viscosa en 70%, poliamida en 25% y poliuretano en un 5% y por último el vestido compuesta al 100% de tela poliéster lo cual refleja que estos productos importados han sido elaborados de calidad regular por la combinación de materiales o telas pues cada una de ellas tiene una propiedad distinta.

La tela rayón viscosa su textura se asemeja al de la lana, algodón y hasta la seda. La poliamida es una fibra que se puede mezclar con fibras de origen natural y otras fibras y se obtiene una posición firme, el poliuretano es una tela impermeable y durable, ligera, respirable y flexible. La tela poliéster es una resina plástica que se obtiene del petróleo, posee buena elasticidad, es ligero, aguanta la humedad, no se arruga. En la entrevista realizada a los sujetos informantes afirman que la empresa importadora se encuentra en una zona oculta y de poco acceso lo cual no permite que se visualice bien los productos. Analizando el lugar se concuerda con los sujetos informantes pues la empresa se encuentra ubicada en cercado de Lima, urbanización Barrios altos exactamente en Jr. Ayacucho 1163, pues la empresa posee su tienda en un lugar no tan concurrido por los adquirientes a diferencia de las avenidas paralelas al de la ubicación de la empresa por ello se puede afirmar que tanto la calidad del producto y la localización influyen en la determinación del precio pues la empresa no podría establecer un precio superior al de la competencia o mercado.

Existen un sin fin de métodos para calcular el precio de venta, en la investigación se planteó dos métodos basados en los costos. El método precio sobre la base del costo más margen, los entrevistados mencionaron que es un método de cálculo simple que la empresa no aplica y no resultaría adecuado puesto que no reflejaría la ganancia proyectada. En la empresa se seleccionó los comprobantes de pago aleatoriamente por conveniencia para determinar los precios de los productos vendidos según este método debido a que lo venden al costo, con un porcentaje de ganancia del 30% para todos los productos por lo que se obtuvo que la blusa de costo unitario de 8 y 12 aplicando el método el precio sería 10 y 16, del mismo modo el cárdigan el costo oscila desde 9, 12 y 15 y determinando con el método sería

12, 16, 20, la falda oscila en 10, 12, 15 determinando el precio con el método precio sobre la base del costo más margen se determinó 13, 16, 20 respectivamente. Respecto a los polos se observa que los costos son 8, 10, 17 y se determinó 10, 13, 22 con el método aplicado. El suéter es otro producto de costo 10, 12, 15 con el método se determinó los precios de 13, 16, 20, respecto al bibidi se observa que el costo es de 6 con el método se determinó un precio de 8 y por último el vestido de costo 6 y 12 determinando con el método oscila entre 8 y 16. Se observa que aplicando la comprobación, precio de venta menos el costo unitario total sobre el precio de venta determinado se obtuvo un porcentaje de ganancia del 23% en todos los productos, esto quiere decir que la empresa no obtendría los resultados planteados como generar el 30 % de margen de ganancia lo cual afectaría a la empresa si aplica este método, desde esta perspectiva muestra que este método no es del todo confiable.

El otro método planteado en base al costo es precio sobre la base del costo más margen sobre el precio, los entrevistados afirman que este método sería más factible debido a que permitiría generar el margen o porcentaje de ganancia establecido. Se determinó para confirmar si este método se puede aplicar en la empresa para lo cual se seleccionó aleatoriamente una boleta y una factura de cada mes, debido a que venden al costo, estableciendo un porcentaje de ganancia del 30% para todos los productos del cual se obtuvo como resultado que la blusa de costo unitario de 8 y 12 aplicando el método el precio sería 11 y 17, del mismo modo el cárdigan el costo oscila desde 9, 12 y 15 y determinando con el método sería 13, 17, 21, el costo de la falda es 10, 12, 15 determinando el precio con el método precio sobre la base del costo más margen sobre el precio se determinó 14, 17, 21 respectivamente. Respecto a los polos se observa que los costos son 8, 10, 17 y se determinó 11, 14, 24 con el método aplicado. El suéter es otro producto de costo 10, 12, 15 con el método se determinó los precios de 14, 17, 21, respecto al bibidi se observa que el costo es de 6 con el método se determinó un precio de 9 y por último el vestido de costo 6 y 12 determinando con el método oscila entre 9 y 17. Al realizar la comprobación, precio de venta menos el costo unitario total sobre el precio de venta determinado se obtuvo un porcentaje de ganancia del 30% en todos los productos, esto quiere decir que la empresa obtendría los resultados planteados respecto al margen de ganancia lo cual sería beneficioso para la empresa si aplica este método, desde esta perspectiva muestra que este método es confiable.

3.4 Propuesta

3.4.1 Fundamentos de la propuesta

Las ventas constituyen fuente primordial de ingresos y rentabilidad en toda organización, por ende, la determinación del precio de venta juega un papel muy importante para el desarrollo económico de la empresa, existe un sin fin de métodos para establecer los mismos, por ello la teoría económica nos permitió evaluar los métodos y procesos económicos de la empresa a través de sus estados financieros, comprobantes de ventas, comprobantes de importación, Kardex. La teoría de los sistemas avala la relación entre la determinación de los costos de importación y la determinación del precio en la empresa debido a que se observó y determinó que los costos constituyen fuente referente para el establecimiento de los precios. Por ello si uno de las áreas o sistemas falla en su labor, afectará a todos los sistemas relacionados.

Para la elaboración de la propuesta en primer término se analizó, determinó y diagnosticó las falencias respecto al tema de investigación. Posteriormente se buscó las posibles alternativas de solución.

3.4.2 Problemas

Inadecuada determinación del costo de importación

La empresa no aplica un margen de ganancia a la venta de las prendas de vestir

No se aplica ningún método de determinación de precios

3.4.3 Elección de la alternativa de solución

Implementar un sistema de costos para la adecuada determinación del precio de venta

3.4.4 Objetivos de la propuesta

Determinar adecuadamente del costo de importación

Aplicar un margen de ganancia del 30% a la venta de prendas de vestir

Aplicar un método de determinación de precios en base al costo

3.4.5 Justificación de la propuesta

La propuesta busca mejorar la determinación del precio de venta, por ende, incrementar las ventas y la rentabilidad de la empresa. Para lograr el objetivo se partió desde la base de precio de venta, es decir desde el cálculo de los costos de importación, determinando que la falencia nace desde la determinación de los costos, por ello mediante la propuesta se busca establecer una adecuada forma de determinación de los costos de importación bajo los alcances de la NIC 2, debido a que en la empresa los costos constituyen fuente referente para el establecimiento de los mismos. También se busca implementar un método de determinación del precio de venta basado en los costos. A través de la aplicación de la propuesta se logrará incrementar en forma significativa las ventas.

3.4.6 Desarrollo de la propuesta

Objetivo 1: Determinar adecuadamente los costos en la empresa importadora

Para lograr el objetivo se elaboró un plan de actividades, analizar los comprobantes, establecer un orden a los documentos de importación, verificar los costos aceptados según la NIC 2 sobre los costos de importación, conocer los tributos que son aceptados según la NIC 2, elaborar un formato en Excel que facilite el cálculo de los costos, elaborar un formato para obtener el factor de distribución de cada producto importado, analizar la repercusión que podrá tener en la empresa el cálculo correcto de los costos, el objetivo aproximadamente se puede desarrollar en el lapso de un mes, para los cuales se requiere invertir s/1,342.63 en los honorarios de los colaboradores

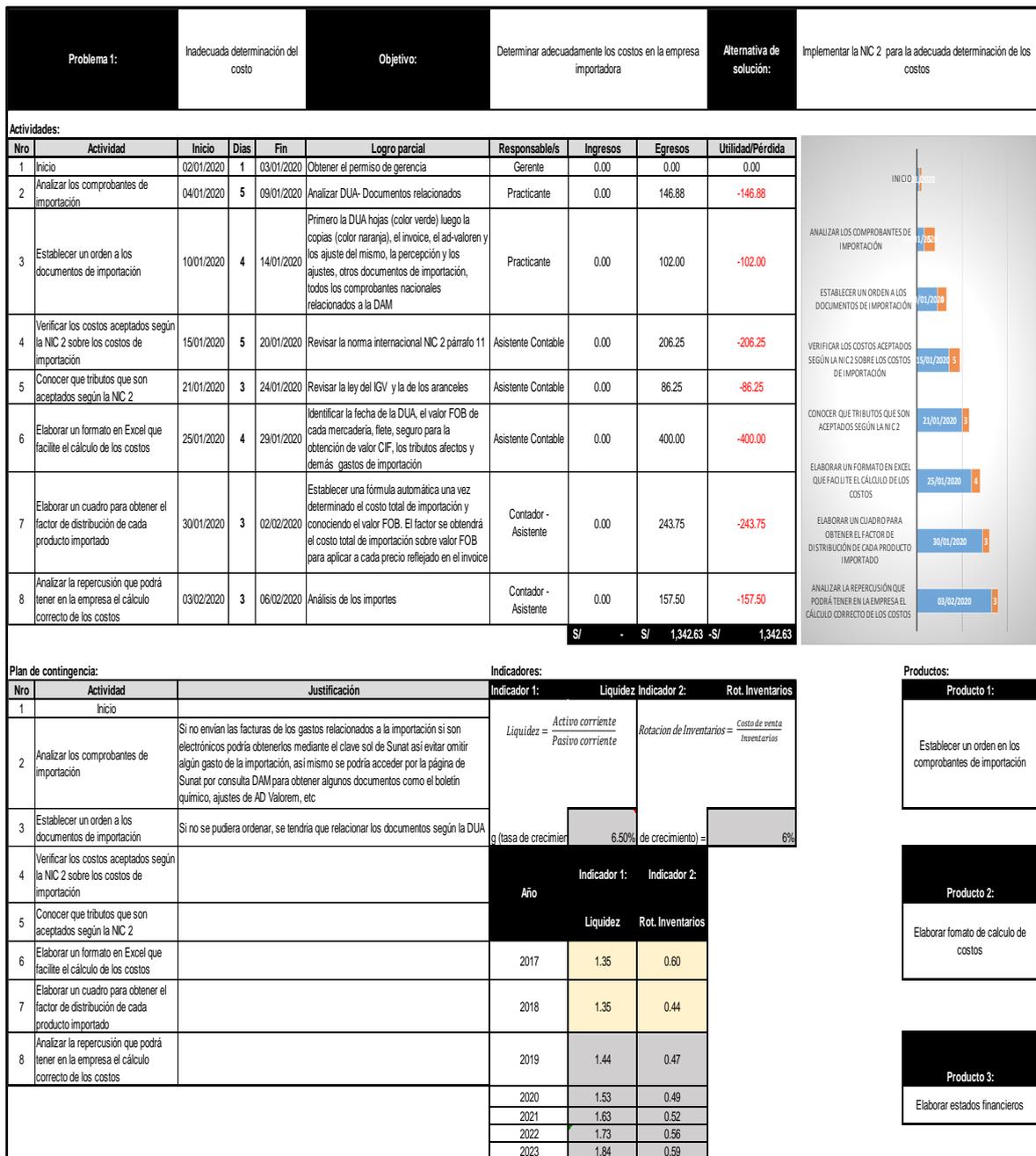


Figura 13. Matriz negra del objetivo 1

Para determinar adecuadamente los costos se estableció un orden respecto a los comprobantes de importación, debido a que el personal que determinó los costos omitía algunos comprobantes relacionados a la importación, por ello con este formato de orden de los comprobantes de importación se atenuará ese tipo de falencias.

ORDEN DE COMPROBANTES DE IMPORTACIÓN	
1	DAM original formato A,B,C (<i>color verde claro</i>)
2	DAM copia formato A,B,C (<i>color anaranjado claro</i>)
3	Reporte DUA (<i>declaración única de importación</i>)
4	Invoice
5	Pago de invoice (<i>transferencia</i>)
6	Seguro
7	Flete
8	Comprobante de pago de Ad- Valoren
9	Pago de Ajustes de Ad-Valorem (<i>hoja de autoliquidación aduanera</i>)
10	Comprobante de percepción (<i>tiene la misma fecha de la DAM</i>)
11	Ajuste de percepción (<i>importe menor a la primera percepción</i>)
12	Gastos de importación:
	a) Boletín químico
	b) Gastos logísticos y operativos
	c) Servicio de transporte
	d) Servicio de administración de contenedores
	e) Manipuleo, verificación, descarga
	f) Otros

Figura 14. Formato de orden de los comprobantes de importación

También se implementará un formato de determinación de costos de importación basados en la NIC 2. En el párrafo 11 de la norma menciona los conceptos que se puede considerar para la determinación del costo de importación, uno de los cuales es el precio de adquisición es decir el valor FOB establecido en el invoice, los aranceles y otros impuestos siempre y cuando no sean recuperables, también menciona los gastos relacionados como el transporte, el almacenamiento y otros costos relacionados a la adquisición de mercaderías importadas.

DETERMINACION DE COSTO DE IMPORTACION SEGÚN LA NIC 2				
FECHA : 16/04/2018				
DUA : 118-15XXXX				
T.C : -				
N°	DESCRIPCION	P. UNITARIO FOB	CANTIDAD EN UNIDADES	TOTAL FOB
1	CARDIGAN			0.00
2	SUETER			0.00
3	POLO			0.00
4	BLUSA			0.00
5	FALDA			0.00
				FOB
				FLETE
				SEGURO
				TOTAL CIF
A.- VALOR CIF				-
B.- TRIBUTOS				-
AD- VALOREM				-
C.- GASTOS DE IMPORTACION				-
BI. GASTOS DE DESPACHO				-
BI. BOLETIN QUIMICO				-
BI. GASTOS LOGISTICOS Y OPERATIVOS				-
BI. SERVICIO DE TRANSPORTE				-
BI. SER. ADM. DE CONTENEDORES, ETC				-
BI. MANIPULEO, VERIFICACION, DESCARGA				-
BI. OTROS GASTOS DE IMPORTACION				-
D.- GASTOS FINANCIEROS				-
COSTOS DE IMPORTACION				
A VALOR CIF				-
B DERECHOS E IMPUESTOS				-
C GASTOS DE IMPORTACION				-
D GASTOS FINANCIEROS				-
TOTAL COSTO DE IMPORTACION				-
FACTOR =		$\frac{\text{TOTAL COSTO DE IMPORTACION}}{\text{VALOR FOB}}$		
FACTOR =		-		
N°	DESCRIPCION	P. UNITARIO FOB	FACTOR DE DISTRIBUCION	COSTO UNITARIO DE IMPORTACION
1	CARDIGAN	0.00	-	-
2	SUETER	0.00	-	-
3	POLO	0.00	-	-
4	BLUSA	0.00	-	-
5	FALDA	0.00	-	-
				-
DATOS:				
* SE PUEDEN CONSIDERAR LOS ARANCELES Y OTROS IMPUESTOS SIEMPRE Y CUANDO NO SEAN APLICABLES O RECUPERABLES				
* BI.= BASE IMPONIBLE				

Figura 15. Formato de cálculo de costos de importación según la NIC 2

Aplicando todos estos procedimientos, se lograría calcular los costos reales de importación, así mismo elaborar los estados financieros correctos respecto al año 2018. Simulando los estados financieros con todos los procedimientos se puede observar una clara diferencia en el saldo de la partida de existencias, según el balance presentado a Sunat el saldo es de 835,970, si se recalcula los costos de importación bajo los lineamientos de la NIC 2 se obtendrá un saldo superior de 886,747 lo cual demuestra que la omisión de gastos y costos de importación siempre repercutirá en los estados financieros. También se observa que mediante la determinación de los ratios de liquidez de 1.31% aumentó a 1.35% lo cual sería favorable para la empresa si determinara correctamente sus costos, del mismo modo suscita con el ratio de rotación de inventarios de 0.36% aumentó la rotación a 0.44%.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA					
(EXPRESADO EN SOLES)					
		2018		2018	
ACTIVO CORRIENTE					
		ERRADO		CORRECTO	
EFFECTIVO Y/O EQUIV. DE EFFECTIVO		12,123.00		77,552.00	
EXISTENCIAS		835,970.00		886,747.00	
OTROS ACTIVOS		896,378.00		862,026.00	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		1,744,471.00		1,826,325.00	
INMUEB. MAQ., EQUIPOS		-		-	
TOTAL ACTIVO		1,744,471.00		1,826,325.00	
PASIVO CORRIENTE					
TRIBUTOS POR PAGAR		6,200.00		32,185.00	
CUENTAS POR PAGAR COMER.-T.		10,121.00		10,121.00	
OTRAS CUENTAS POR PAGAR		1,314,497.00		1,314,497.00	
TOTAL PASIVO CORRIENTE		1,330,818.00		1,356,803.00	
PATRIMONIO					
CAPITAL		220,000.00		220,000.00	
RESULTADOS ACUMULADOS		138,011.00		138,011.00	
RESULTADO DEL PERIODO		55,642.00		111,511.00	
TOTAL PATRIMONIO		413,653.00		469,522.00	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		1,744,471.00		1,826,325.00	
RATIOS:					
		2018		2018	
Liquidez	Activo corriente	1,744,471.00	1.31	1,826,325.00	1.35
	Pasivo corriente	1,330,818.00		1,356,803.00	
Rotación de inventarios	Costo de venta	298,225.00	0.36	387,448.00	0.44
	Inventarios	835,970.00		886,747.00	

Figura 16. Variación en el estado de situación financiera los saldo de existencias

ESTADO DE RESULTADO			
(EXPRESADO EN SOLES)			
	ERRADO	CORRECTO	
	2018	2018	
VENTAS NETAS	379,404.00	553,496.00	
COSTO DE VENTAS	-298,225.00	-387,448.00	
UTILIDAD BRUTA	81,179.00	166,048.00	
GASTOS VENTAS	-23,635.00	-23,635.00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-42.00	-42.00	
UTILIDAD OPERATIVA	57,502.00	142,371.00	
GASTOS FINANCIEROS	-215.00	-215.00	
INGRESOS FINANCIEROS	-	-	
OTROS INGRESOS	4,537.00	4,537.00	
RESULTADOS ANTES DEL IMPUESTO	61,824.00	146,693.00	
IMP. A LA RENTA	-6,182.00	-35,182.00	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	55,642.00	111,511.00	
10 UIT	10%	41,500.00	4,150
MAS 10 UIT	29.50%	105,193.00	31,032
			35,182
		Pagos a cta renta	-3202
		Essalud	84
		Onp	121
			32,185

Figura 17. Variación en el estado de resultados al recalcular los costos

Objetivo 2: Aplicar un margen de ganancia del 30% a la venta de prendas de vestir

Para concretar el objetivo se eligió aleatoriamente facturas y boletas por cada mes del año, se contrastó con el Kardex los importes establecidos en los comprobantes, también se determinó el proceso de determinación de los precios de venta, se analizó los precios de la competencia en productos similares y se aplicó un margen de ganancia del 30% a las ventas en las boletas seleccionadas.

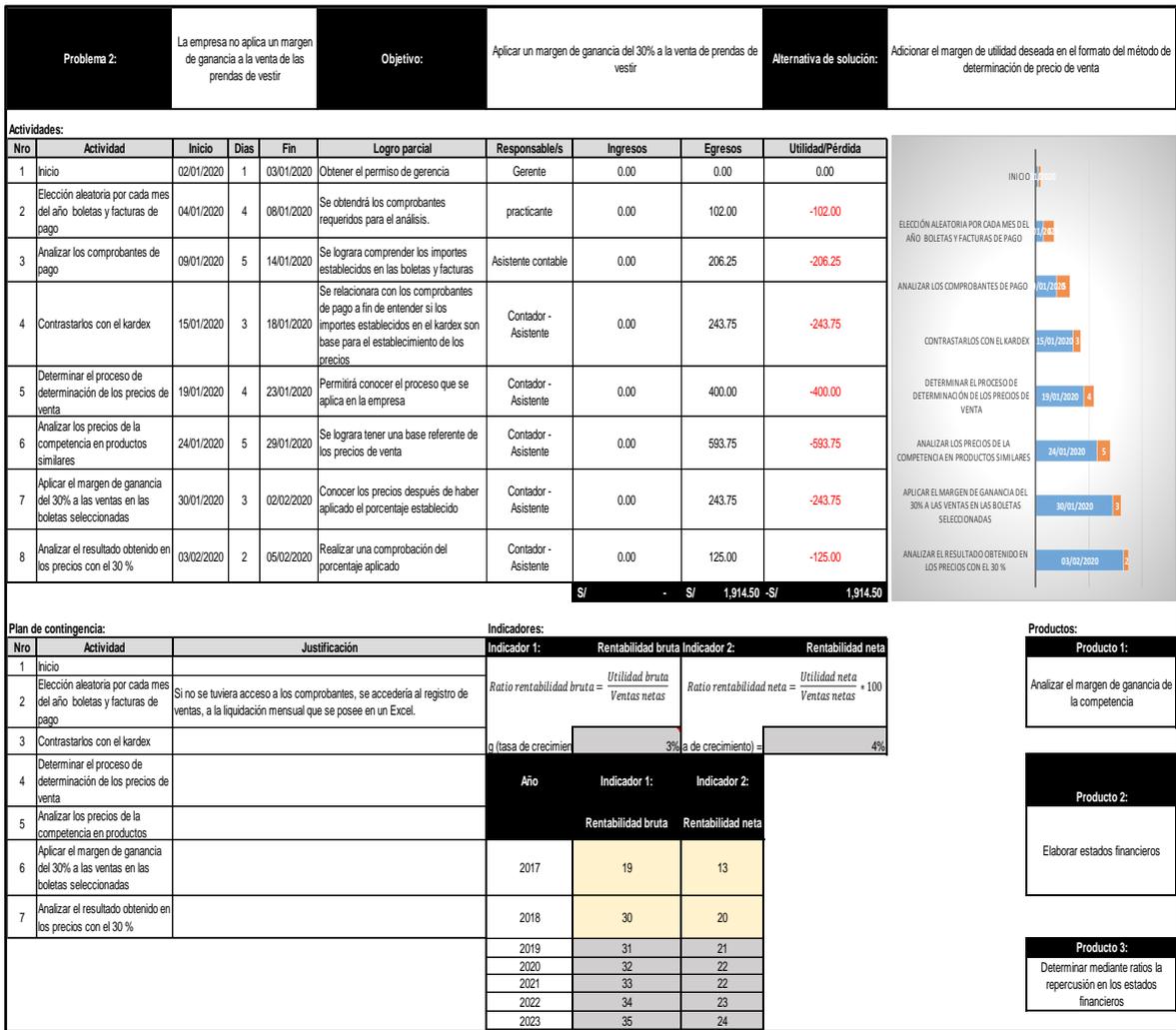


Figura 18. Matriz negra del objetivo 2

Como primer punto para establecer el margen de ganancia, se analizó los precios de la empresa y los de la competencia o mercado a fin de no establecer un porcentaje elevado, se estableció un margen de ganancia del 30 % que constituye razonable en relación a los porcentajes de ganancia de la competencia como se aprecia en la tabla N° 9

Tabla 9
Determinación de porcentaje de ganancia de la competencia respecto a la empresa importadora

MERCADERÍAS	P.V. EMP. IMPORT.			P.V. COMPETENCIA			% GANANCIA COMPETENCIA RESPECTO A LA EMP. IMPORT.	
BLUSA	12	8		20	18	12	33%	40%
CARDIGAN	9	15	12	28	24	19	46%	53%
FALDA	15	12	10	20	15	26	33%	42%
POLO	10	17	8	22	25	23	32%	64%
SUETER	12	10	15	33	30	25	55%	60%
BIBIDI	6			25	15		60%	76%
VESTIDO	12			20	27	30	40%	60%

Para la elaboración correcta de los estados financieros del año 2018 se aplicó el margen de ganancia razonable del 30% en relación a la competencia, en los resultados se observa que la rentabilidad bruta de 21% aumenta hasta el 30%, también se observa que la rentabilidad neta aumentó favorablemente de 15% hasta 20%, lo que demuestra que al aplicar el 30% de margen de utilidad a las mercaderías la empresa obtendría una rentabilidad favorable.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA			
(EXPRESADO EN SOLES)			
		2018	2018
ACTIVO CORRIENTE			
	ERRADO		CORRECTO
EFFECTIVO Y/O EQUIV. DE EFFECTIVO	12,123.00		77,552.00
EXISTENCIAS	835,970.00		886,747.00
OTROS ACTIVOS	896,378.00		862,026.00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	1,744,471.00		1,826,325.00
INMUEB. MAQ., EQUIPOS	-		-
TOTAL ACTIVO	1,744,471.00		1,826,325.00
PASIVO CORRIENTE			
TRIBUTOS POR PAGAR	6,200.00		32,185.00
CUENTAS POR PAGAR COMER.-T.	10,121.00		10,121.00
OTRAS CUENTAS POR PAGAR	1,314,497.00		1,314,497.00
TOTAL PASIVO CORRIENTE	1,330,818.00		1,356,803.00
PATRIMONIO			
CAPITAL	220,000.00		220,000.00
RESULTADOS ACUMULADOS	138,011.00		138,011.00
RESULTADO DEL PERIODO	55,642.00		111,511.00
TOTAL PATRIMONIO	413,653.00		469,522.00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1,744,471.00		1,826,325.00
RATIOS:			
		2018	2018
Ratio de rentabilidad bruta	Utilidad bruta Ventas netas =	81,179.00 379,404.00	166,048.00 553,496.00
		21	30
Ratio de rentabilidad neta	Utilidad neta Ventas netas =	55,642.00 379,404.00	111,511.00 553,496.00
		15	20

Figura 19. Estado de situación financiera aplicado el 30% de ganancia a los productos vendidos

ESTADO DE RESULTADO			
(EXPRESADO EN SOLES)			
	ERRADO	CORRECTO	
	2018	2018	
VENTAS NETAS	379,404.00	553,496.00	
COSTO DE VENTAS	-298,225.00	-387,448.00	
UTILIDAD BRUTA	81,179.00	166,048.00	
GASTOS VENTAS	-23,635.00	-23,635.00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-42.00	-42.00	
UTILIDAD OPERATIVA	57,502.00	142,371.00	
GASTOS FINANCIEROS	-215.00	-215.00	
INGRESOS FINANCIEROS	-	-	
OTROS INGRESOS	4,537.00	4,537.00	
RESULTADOS ANTES DEL IMPUESTO	61,824.00	146,693.00	
IMP. A LA RENTA	-6,182.00	-35,182.00	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	55,642.00	111,511.00	
10 UIT 10%		41,500.00	4,150
MAS 10 UIT 29.50%		105,193.00	31,032
			35,182
		Pagos a cta renta	-3202
		Essalud	84
		Onp	121
			32,185

Figura 20. Estado de resultados aplicado el 30% a la venta de las mercaderías

Objetivo 3: Aplicar un método de determinación de precios en base al costo

para alcanzar el objetivo se realizó un cronograma de actividades, que constituye en elegir aleatoriamente los productos a determinar los precios, establecidos en los comprobantes de pago, buscar un método de determinación de precio de venta en base al costo, analizar los beneficios del método, una vez elegido el método de determinación de precio de venta, se aplicó la fórmula $\text{precio de venta} = \text{Costo total unitario} + (\% \text{ ganancia} \times \text{precio de venta})$, Aplicar la comprobación de la obtención del margen de ganancia planteado en el precio.

Problema 3:	No se aplica ningún método de determinación de precios	Objetivo:	Aplicar un método de determinación de precios en base al costo	Alternativa de solución:	Precio de venta = Costo total unitario + (% ganancia x precio de venta)					
Actividades:										
Nro	Actividad	Inicio	Dias	Fin	Logro parcial	Responsable/s	Ingresos	Egresos	Utilidad/Pérdida	
1	Inicio	02/01/2020	1	03/01/2020	Obtener el permiso de gerencia	Gerente	0.00	0.00	0.00	
2	Elegir aleatoriamente los productos a determinar el precio	04/01/2020	3	07/01/2020	Se logrará obtener los documentos requeridos	Contador - Asistente	0.00	243.75	-243.75	
3	Buscar un método de determinación de precio de venta en base al costo	08/01/2020	2	10/01/2020	Se logrará analizar y conocer sobre los métodos de determinación del precio de mercado en base al costo	Contador - Asistente	0.00	125.00	-125.00	
4	Analizar los beneficios del método	11/01/2020	3	14/01/2020	Conocer los beneficios de los métodos analizados	Contador - Asistente	0.00	243.75	-243.75	
5	Plantear al gerente	15/01/2020	2	17/01/2020	Dar a conocer de al gerente del método de precio de venta seleccionado	Contador	0.00	80.00	-80.00	
6	Aplicar la fórmula precio de venta = Costo total unitario + (% ganancia x precio de venta)	18/01/2020	3	21/01/2020	Se logrará conocer el nuevo precio de los productos con el método de precio de venta aplicado	Contador - Asistente	0.00	243.75	-243.75	
7	Aplicar la comprobación de la obtención del margen de ganancia planteado en el precio	22/01/2020	3	25/01/2020	Mediante la fórmula se conocerá si mediante el método planteado se obtendrá el porcentaje de ganancia planteado	Contador - Asistente	0.00	243.75	-243.75	
8	Analizar la repercusión en los estados financieros	26/01/2020	6	01/02/2020	Se lograra conocer las ventas con un porcentaje de ganancia razonable	Contador	0.00	540.00	-540.00	
							S/	-	S/ 1,720.00	-S/ 1,720.00
Plan de contingencia:						Productos:				
Nro	Actividad	Justificación	Producto 1:							
1	Inicio		Elaborar un formato en Excel para facilitar la determinación del precio de venta							
2	Elegir aleatoriamente los productos a determinar el precio		Producto 2:							
3	Buscar un método de determinación de precio de venta en base al costo	si no es factible este método buscar según otro basado en los costos	Aplicar el método, analizar la repercusión							
4	Analizar los beneficios del método		Producto 3:							
5	Plantear al gerente		Elaborar estados financieros							
6	Aplicar la fórmula precio de venta = Costo total unitario + (% ganancia x precio de venta)									
7	Aplicar la comprobación de la obtención del margen de ganancia planteado en el precio									
8	Analizar la repercusión en los estados financieros									

Figura 21. Matriz negra del objetivo 3

Para lograr el objetivo se analizó dos métodos de determinación de precios en base al costo, el primer método tradicional precio sobre la base del costo más margen, según este método al elaborar la comprobación del porcentaje de ganancia en cada producto se determina un porcentaje menor a lo establecido lo cual fue descartado debido a que no favorecería a la empresa, el otro método es el método precio sobre la base del costo más margen sobre el precio al determinar y comprobar con este método si se obtiene el porcentaje de ganancia planteado en un principio, se elaboró un formato del método de determinación del precio de venta, de tal forma que permitirá determinar el precio de venta de los productos.

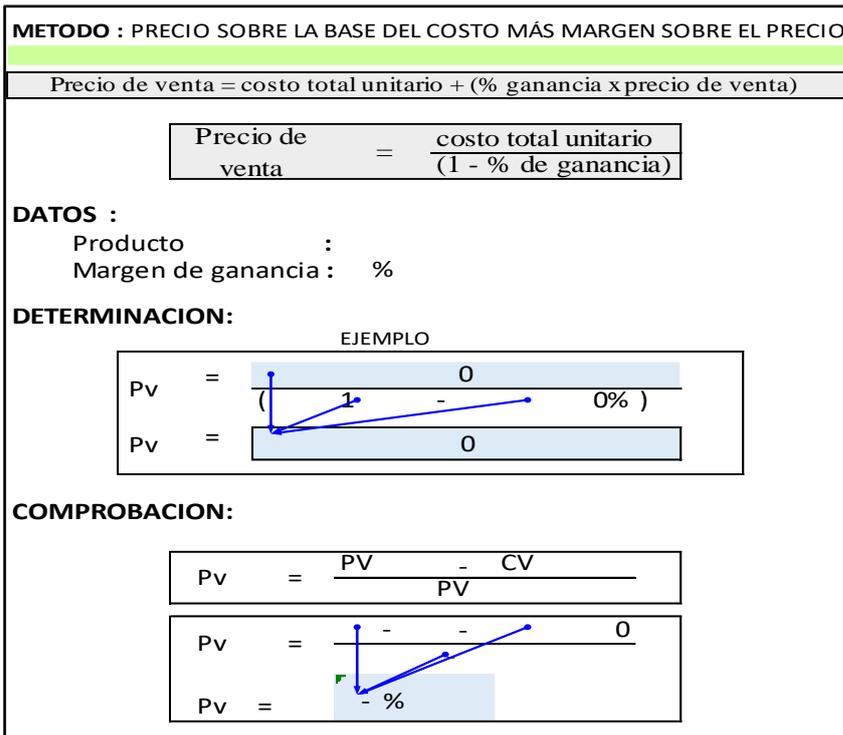


Figura 22. Formato de determinación de precio de venta

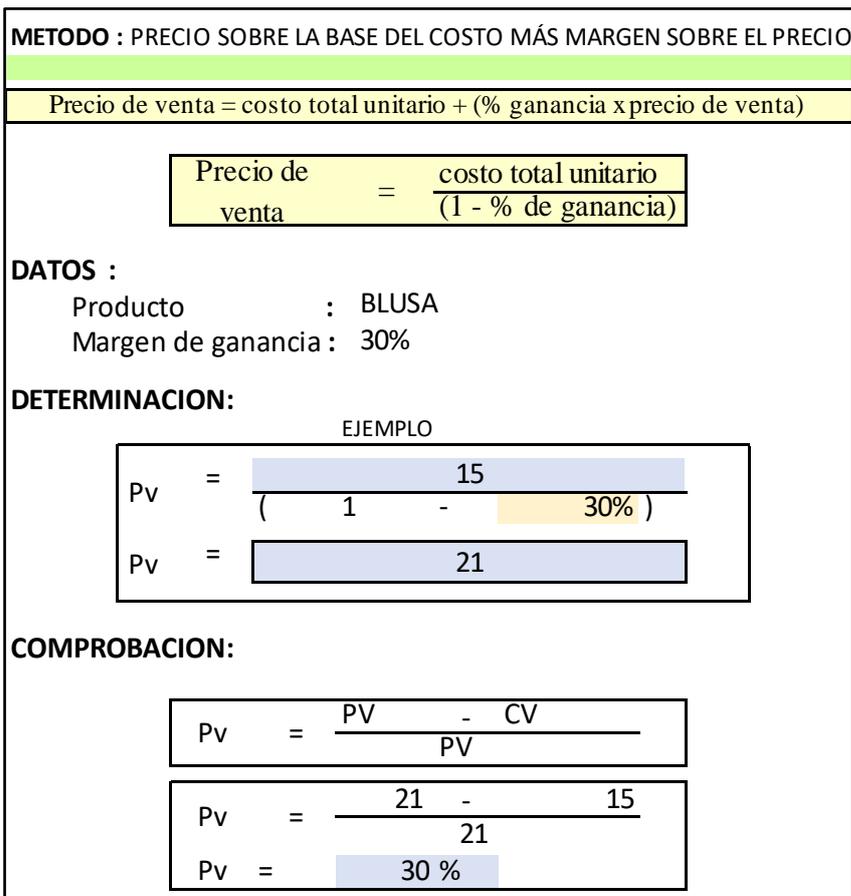


Figura 23. Ejemplo de determinación de precio de venta

Se puede observar que, en estado de situación financiera al determinar el precio de venta en base a un método razonable, repercutirá en los ingresos, en el crédito fiscal y en los resultados del periodo.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA		
(EXPRESADO EN SOLES)		
	2018	2018
ACTIVO CORRIENTE		
	ERRADO	CORRECTO
EFFECTIVO Y/O EQUIV. DE EFFECTIVO	12,123.00	77,552.00
EXISTENCIAS	835,970.00	886,747.00
OTROS ACTIVOS	896,378.00	862,026.00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	1,744,471.00	1,826,325.00
INMUEB. MAQ., EQUIPOS	-	-
TOTAL ACTIVO	1,744,471.00	1,826,325.00
PASIVO CORRIENTE		
TRIBUTOS POR PAGAR	6,200.00	32,185.00
CUENTAS POR PAGAR COMER.-T.	10,121.00	10,121.00
OTRAS CUENTAS POR PAGAR	1,314,497.00	1,314,497.00
TOTAL PASIVO CORRIENTE	1,330,818.00	1,356,803.00
PATRIMONIO		
CAPITAL	220,000.00	220,000.00
RESULTADOS ACUMULADOS	138,011.00	138,011.00
RESULTADO DEL PERIODO	55,642.00	111,511.00
TOTAL PATRIMONIO	413,653.00	469,522.00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1,744,471.00	1,826,325.00

Figura 24. Estado de situación financiera con la determinación del precio venta

Al aplicar el método de determinación de precio a los productos vendidos de 379,404 incrementa a 553,496 esto sería favorable para la empresa, debido a que las ventas constituyen elemento fundamental de los ingresos, además se observa que los resultados obtenidos son superiores al determinado por la empresa.

ESTADO DE RESULTADO			
(EXPRESADO EN SOLES)			
	ERRADO	CORRECTO	
	2018	2018	
VENTAS NETAS	379,404.00	553,496.00	
COSTO DE VENTAS	-298,225.00	-387,448.00	
UTILIDAD BRUTA	81,179.00	166,048.00	
GASTOS VENTAS	-23,635.00	-23,635.00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-42.00	-42.00	
UTILIDAD OPERATIVA	57,502.00	142,371.00	
GASTOS FINANCIEROS	-215.00	-215.00	
INGRESOS FINANCIEROS	-	-	
OTROS INGRESOS	4,537.00	4,537.00	
RESULTADOS ANTES DEL IMPUESTO	61,824.00	146,693.00	
IMP. A LA RENTA	-6,182.00	-35,182.00	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	55,642.00	111,511.00	
10 UIT	10%	41,500.00	4,150
MAS 10 UIT	29.50%	105,193.00	31,032
			35,182
		Pagos a cta renta	-3202
		Essalud	84
		Onp	121
			32,185

Figura 25. Estado de situación financiera con la determinación del precio venta

Para proyectar los estados financieros por cinco años se aplicó las estrategias para la determinación del precio de venta, con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados. Así mismo se muestra los estados financieros proyectados con la finalidad de demostrar la viabilidad de la propuesta.

Proyección de ventas

Tabla 10
Proyección de ventas según el método de incremento

AÑO	VENTAS	VARIACIÓN
2016	556,158.00	
2017	438,520.00	0.79
2018	553,496.00	1.26
2019	567,519.37	
2020	581,898.03	
2021	596,640.99	
2022	611,757.48	
2023	627,256.96	

Proyección de estados financieros

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA (EXPRESADO EN SOLES)		2017	2018	2018	2019	2020	2021	2022	2023
ACTIVO CORRIENTE									
			ERRADO	CORRECTO					
EFFECTIVO Y/O EQUIV. DE EFFECTIVO	10,395.00	12,123.00	77,552.00	133,227.00	173,191.00	227,657.00	366,838.00	420,991.00	
EXISTENCIAS	593,546.00	835,970.00	886,747.00	846,747.00	826,747.00	796,747.00	766,747.00	746,747.00	
OTROS ACTIVOS	785,848.00	896,378.00	862,026.00	955,151.00	1,063,895.00	1,175,884.00	1,211,196.00	1,329,915.00	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	1,389,789.00	1,744,471.00	1,826,325.00	1,935,125.00	2,063,833.00	2,200,288.00	2,344,781.00	2,497,653.00	
INMUEB. MAQ., EQUIPOS	-	-	-	-	-	-	-	-	
TOTAL ACTIVO	1,389,789.00	1,744,471.00	1,826,325.00	1,935,125.00	2,063,833.00	2,200,288.00	2,344,781.00	2,497,653.00	
PASIVO CORRIENTE									
TRIBUTOS POR PAGAR	-	6,200.00	32,185.00	32,530.00	35,320.00	38,227.00	41,245.00	44,407.00	
CUENTAS POR PAGAR COMER.-T.	-	10,121.00	10,121.00	-	-	-	-	-	
OTRAS CUENTAS POR PAGAR	1,031,778.00	1,314,497.00	1,314,497.00	1,314,497.00	1,314,497.00	1,314,497.00	1,314,497.00	1,314,497.00	
TOTAL PASIVO CORRIENTE	1,031,778.00	1,330,818.00	1,356,803.00	1,347,027.00	1,349,817.00	1,352,724.00	1,355,742.00	1,358,904.00	
PATRIMONIO									
CAPITAL	220,000.00	220,000.00	220,000.00	220,000.00	220,000.00	220,000.00	220,000.00	220,000.00	
RESULTADOS ACUMULADOS	80,503.00	138,011.00	138,011.00	249,522.00	368,098.00	494,016.00	627,564.00	769,039.00	
RESULTADO DEL PERIODO	57,508.00	55,642.00	111,511.00	118,576.00	125,918.00	133,548.00	141,475.00	149,710.00	
TOTAL PATRIMONIO	358,011.00	413,653.00	469,522.00	588,098.00	714,016.00	847,564.00	989,039.00	1,138,749.00	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1,389,789.00	1,744,471.00	1,826,325.00	1,935,125.00	2,063,833.00	2,200,288.00	2,344,781.00	2,497,653.00	
RATIOS:									
Liquidez	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$	$\frac{1,389,789.00}{1,031,778.00}$ 1.35	$\frac{1,744,471.00}{1,330,818.00}$ 1.31	$\frac{1,826,325.00}{1,356,803.00}$ 1.35	$\frac{1,935,125.00}{1,347,027.00}$ 1.44	$\frac{2,063,833.00}{1,349,817.00}$ 1.53	$\frac{2,200,288.00}{1,352,724.00}$ 1.63	$\frac{2,344,781.00}{1,355,742.00}$ 1.73	$\frac{2,497,653.00}{1,358,904.00}$ 1.84
Rotación de inventarios	$\frac{\text{Costo de venta}}{\text{Inventarios}}$	$\frac{355,201.00}{593,546.00}$ 0.60	$\frac{298,225.00}{835,970.00}$ 0.36	$\frac{387,448.00}{886,747.00}$ 0.44	$\frac{397,263.00}{846,747.00}$ 0.47	$\frac{407,329.00}{826,747.00}$ 0.49	$\frac{417,649.00}{796,747.00}$ 0.52	$\frac{428,230.00}{766,747.00}$ 0.56	$\frac{439,080.00}{746,747.00}$ 0.59
Ratio de rentabilidad bruta	$\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$	$\frac{83,319.00}{438,520.00}$ 19	$\frac{81,179.00}{379,404.00}$ 21	$\frac{166,048.00}{553,496.00}$ 30	$\frac{175,931.00}{567,519.00}$ 31	$\frac{186,207.00}{581,898.00}$ 32	$\frac{196,891.00}{596,641.00}$ 33	$\frac{207,997.00}{611,757.00}$ 34	$\frac{219,540.00}{627,257.00}$ 35
Ratio de rentabilidad neta	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$	$\frac{57,508.00}{438,520.00}$ 13	$\frac{55,642.00}{379,404.00}$ 15	$\frac{111,511.00}{553,496.00}$ 20	$\frac{118,576.00}{567,519.00}$ 21	$\frac{125,918.00}{581,898.00}$ 22	$\frac{133,548.00}{596,641.00}$ 22	$\frac{141,475.00}{611,757.00}$ 23	$\frac{149,710.00}{627,257.00}$ 24

Figura 26. Estado de situación financiera proyectado a cinco años

ESTADO DE RESULTADO															
(EXPRESADO EN SOLES)															
		ERRADO		CORRECTO											
		2017	2018	2018	2019	2020	2021	2022	2023						
VENTAS NETAS		438,520.00	379,404.00	553,496.00	567,519.00	581,898.00	596,641.00	611,757.00	627,257.00						
COSTO DE VENTAS		-355,201.00	-298,225.00	-387,448.00	-391,588.00	-395,691.00	-399,750.00	-403,760.00	-407,717.00						
UTILIDAD BRUTA		83,319.00	81,179.00	166,048.00	175,931.00	186,207.00	196,891.00	207,997.00	219,540.00						
GASTOS VENTAS		-21,608.00	-23,635.00	-23,635.00	-23,635.00	-23,635.00	-23,635.00	-23,635.00	-23,635.00						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-	-42.00	-42.00	-42.00	-42.00	-42.00	-42.00	-42.00						
UTILIDAD OPERATIVA		61,711.00	57,502.00	142,371.00	152,254.00	162,530.00	173,214.00	184,320.00	195,863.00						
GASTOS FINANCIEROS		-604.00	-215.00	-215.00	-215.00	-215.00	-215.00	-215.00	-215.00						
INGRESOS FINANCIEROS		-	-	-	-	-	-	-	-						
OTROS INGRESOS		3,719.00	4,537.00	4,537.00	4,537.00	4,537.00	4,537.00	4,537.00	4,537.00						
RESULTADOS ANTES DEL IMPUESTO		64,826.00	61,824.00	146,693.00	156,576.00	166,852.00	177,536.00	188,642.00	200,185.00						
IMP. A LA RENTA		-7,318.00	-6,182.00	-35,182.00	-38,000.00	-40,934.00	-43,988.00	-47,167.00	-50,475.00						
UTILIDAD DEL EJERCICIO		57,508.00	55,642.00	111,511.00	118,576.00	125,918.00	133,548.00	141,475.00	149,710.00						
10 UIT	10%			41,500.00	4,150	42,000	4,200	42,500	4,250	43,000	4,300	43,500	4,350	44,000	4,400
MAS 10 UIT	29.50%			105,193.00	31,032	114,576.00	33,800	124,352.00	36,684	134,536.00	39,688	145,142.00	42,817	156,185.00	46,075
				35,182		38,000		40,934		43,988		47,167		50,475	
				Pagos a cta renta	-3202	5,675.19	-5675	5,818.98	-5819	5,966.41	-5966	6,117.57	-6118	6,272.57	-6273
				Essalud	84		84		84		84		84		84
				Onp	121		121		121		121		121		121
					32,185		32,530		35,320		38,227		41,254		44,407

Figura 27. Estado de resultados proyectado a cinco años

IV. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Discusión

De acuerdo al análisis en la investigación se obtiene como resultado que en la empresa importadora en el año 2018 se determina inadecuadamente los costos de importación, debido a que el personal encargado no considera gastos relacionados a la importación porque no consignaban el número de la declaración aduanera de mercancías, a pesar de que son base o política fundamental en la determinación de los precios en la empresa. También se comprueba que la empresa no toma como referencia los precios de la competencia o del mercado, además los factores como la calidad y la ubicación repercuten a la hora de establecer los precios, así mismo se comprueba que la empresa no aplica un margen de ganancia a los costos entregados en el kardex, esto sustentado en los comprobantes de pago facturas y boletas de las ventas, por ende desde la base que son los costos, se está determinando inadecuadamente los precios, en consecuencia se demuestra que la empresa no aplica ningún método de determinación de precios de venta.

Los resultados de la investigación concuerdan en parte con Solís (2014), porque verifica que la determinación de los costos es errónea, en vista que no poseen los documentos sustentatorios de los costos, razón por la cual los precios no se determinan adecuadamente como es en la empresa en estudio; del mismo modo se armoniza con Jácome (2015), porque también asevera que los costos de fabricación inciden en la determinación del precio de venta, sin embargo, tampoco disponen de la información real de los mismos, también coincide con Rosales (2018) porque los costos adicionales (flete, oferta y demanda de mercado) influyen en la determinación del precio. Concuerda con Flores (2016), porque afirma que la calidad y la localización son elementos fundamentales para el establecimiento de precios; armoniza con Carbajal (2017), debido a que menciona que es necesario que se considere los gastos de importación para determinar un precio adecuado. Tantalean (2017), demostró que la determinación de los costos se relaciona en el establecimiento de los precios, así como en la empresa importadora. Finalmente coincide con Osorio, Duque & Gómez (2015), mencionan las políticas para el establecimiento del precio en función a los costos, además de que mencionan que los precios deben ser realistas, asequibles y mesurados.

4.2 Conclusiones

- Primera :** Existe una inadecuada determinación de los costos de importación de abril, mayo y noviembre del año 2018, debido a que al recalcular los costos de importación se obtuvo factores distintos a los determinados en un principio, esto se debe a que el personal encargado de determinar los costos en abril no consideró los gastos administrativos, manipuleo, la verificación de datos, en mayo obvió dos gastos relacionados, el servicio logístico integral y gastos operativos, porque los comprobantes de pago no hacían mención a la DAM, en noviembre se aplicó un tipo de cambio errado y de la misma forma que los meses anteriores no consideró algunos gastos relacionados a la importación por ello esto repercuten en el cálculo de los costos.
- Segunda :** La empresa no toma en cuenta los precios de la competencia o mercado a pesar de que estos son superiores un claro ejemplo es el suéter sus precios en la empresa oscilan de 10, 12 y 15 soles mientras que en otras empresas importadoras están de 25, 30 y 33 lo cual representa que la competencia gana en un 55% hasta un 60% respecto a los precios de la empresa
- Tercera :** La calidad y localización son factores que influyen en la determinación del precio de venta, los productos que la empresa importa son de calidad media un claro ejemplo es el suéter de modelo varios, de talla estándar su composición es en un 70% de rayón viscosa, 25% de poliamida, y en menor proporción del 5% de poliuretano. También se observó que el local comercial de la empresa se encuentra en un lugar oculto y de poco acceso al posible cliente
- Cuarta :** Asimismo, se concluye que la empresa no aplicó ningún método de determinación de precio de venta, debido a que se observa que los comprobantes de pago reflejan los costos establecidos en el kardex. Por lo cual se aplicó dos métodos de determinación de precios en base al costo a los comprobantes seleccionados aleatoriamente. El método precio sobre la base del costo más margen, para lo cual se estableció como dato referente el

porcentaje de ganancia del 30%, al comprobar el precio de venta menos el costo total unitario sobre el precio de venta se obtuvo un porcentaje de ganancia del 23% inferior a lo establecido o proyectado, por lo cual se concluye que no es adecuado la posible aplicación en la empresa. El otro método de precio sobre la base del costo más margen sobre el precio constituye un método adecuado para la empresa debido a que al comprobar con este método si se obtendría el margen de ganancia proyectado en cada producto lo cual sería beneficioso para la empresa.

4.3 Recomendaciones

- Primera :** Ante este análisis de determinación de costos incorrectos se recomienda a la empresa importadora determinar adecuadamente sus costos de importación siguiendo las bases legales, normas, sumado a ello procesos adecuados, porque considera el costo como base referente para el establecimiento de sus precios
- Segunda :** La empresa importadora debe analizar siempre los precios de la competencia vs los precios que piensa establecer, si establece superior al del mercado puede que repercuta en el nivel de ventas, pues todo consumidor busca precios bajos y asequibles.
- Tercera :** La calidad del producto y ubicación son factores que juegan un papel muy importante a la hora de establecer los precios, por ello se recomienda a la empresa ubicase en un lugar más visible y estratégico de la av. Abancay.
- Cuarta :** Se recomienda elegir las estrategias más saludables y adecuadas para el establecimiento de los precios justos y equitativos tanto para el consumidor como para la empresa, aplicando siempre un margen de ganancia adecuado y razonable.

REFERENCIAS

- Becerra, V. (22 de Febrero de 2013). *Emprende Pyme*. Obtenido de *Emprende Pyme*: <https://www.emprendepyme.net/crear-empresa/la-localizacion-del-negocio>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (3a ed.). Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Cadena, J. (2011). La teoría económica y financiera del precio: Dos enfoques complementarios. *Criterio libre*, 59-80. doi:10.18041/1900-0642
- Carbajal, I. (2017). *Régimen aduanero y la determinación del precio de venta en las empresas importadoras de equipos médicos en el mercado de Lima, 2017*. (Tesis de título profesional de Contador Público). Lima: Universidad César Vallejo.
- Castro y Gonzales. (21 de Abril de 2017). *Castro y Gonzales*. Obtenido de Castro y Gonzales: <https://blog.castroygonzalez.es/la-calidad-de-los-productos-y-su-importancia/>
- Chahua, V. (2017). *Estrategias de fijación de precios y la decisión de compra en la empresa Promart Home Center de la ciudad de Huancayo - 2017*. (Tesis de título de Administración de Empresas). Huánuco: Universidad de Huánuco.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración* (7a ed.). México: McGraw-Hill/interamericana Editores S.A de C.V.
- Contreras, M. (24 de Febrero de 2015). *Educapuntos*. Obtenido de Educapuntos: http://educapuntos.blogspot.com/2015/02/compreension-holistica-de-la_24.html
- Delzart, J. (2013). *Costos y presupuestos de comercio exterior* (3a ed.). Buenos Aires: Aplicación Tributaria S.A.
- Doorman, F. (1991). *La metodología del diagnóstico en el enfoque "Investigación Adaptiva"*. San José: Universidad Nacional Heredia (UNA)/Universidad Estatal de Utrecht (RUU)/Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
- Flores, H. (2016). *Incidencia de la fijación de precios de venta del producto en los niveles de competitividad de las MIPYMES productoras de Tabaco en el municipio de Estelí, ciclo productivo 2015*. (Tesis de Máster en Gestión, Sostenibilidad y Calidad de las MIPYMES). Estelí: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
- Fracica, G. (1988). *Modelo de simulación en muestreo*. Bogotá: Universidad de la Sabana.
- García, I. (19 de Setiembre de 2017). *Economía Simple.net*. Obtenido de Economía Simple.net: <https://www.economiasimple.net/glosario/competencia>
- García, J., Sánchez, A., Montoya, L., & Gómez, G. (2019). *Variación de los indicadores de precios de la economía*. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/precios.pdf>
- García, S. (1994). *Teoría económica de la empresa*. Madrid: Díaz de Santos S.A.

- Hernández, J., Mirabal, P., Otálvora, J., & Uzcátegui, M. (2014). *Población, muestra, informantes clave, variable, unidad de análisis*. Mérida: Universidad Bolivariana de Venezuela.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A de C.V.
- Hurtado, J. (21 de Febrero de 2008). *investigacionholistica.blogspot.com*. Obtenido de investigacionholistica.blogspot.com: <http://investigacionholistica.blogspot.com/2008/02/la-investigacin-proyectiva.html>
- Jácome, L. (2015). *Los costos de producción y la fijación de los precios de venta en la empresa Impactex. (Tesis de título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría)*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Javier, C. (2016). *Sistema de costos por Órdenes y su influencia en la fijación de precios de venta en la empra multiservicios Asaqui E.I.R.L, Pacasmayo, 2016. (Tesis de título profesional de contador público)*. Trujillo: Universidad Privada del Norte.
- Kafka, F. (1997). *Teoría Económica* (3a ed.). Lima: Universidad del Pacífico.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de marketing* (14a ed.). México: Pearson Educación de Mexico S.A. de C.V.
- La junta de normas internacionales de contabilidad (Setiembre de 2010). *Ministerio de economía y finanzas*. Obtenido de Ministerio de economía y finanzas: https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/vigentes/nic/RedBV2018_ConceptualFramework_GVT.pdf
- Lira, J. (25 de Noviembre de 2018). SNI asegura que una de cada dos prendas importadas en Perú ingresa a menos de US\$ 1. pág. 2. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/sni-asegura-dos-prendas-importadas-peru-ingresa-us-1-250886-noticia/>
- Microeconomía. (16 de Setiembre de 2012). *Principios e instrumentos*. Obtenido de Principios e instrumentos: <https://principioseinstrumentos.wordpress.com/2012/09/16/mercado-demanda-y-oferta/>
- Morillo, M. (2013). Contabilidad de costos en el marco de la Ley de Costos y Precios Justos. *Visión Gerencial*, 1-19.
- Núñez, E. (2016). ¿Cómo se debe calcular el precio de venta de un producto? *FundaPymes.com*. Obtenido de <https://www.fundapymes.com/calcular-precio-de-venta/>
- Osorio, J., Duque, M., & Gómez, L. (2015). Políticas para la fijación de precios de venta como base para la generación de valor. *Intercostos.org*, 1-14. Obtenido de <http://intercostos.org/documentos/apellidos/Osorio%202.pdf>
- Pérez, D., & Martínez, I. (2006). *El Precio. Tipos y Estrategias de fijación*. España: eoi Escuela de Negocios.

- Piero, A. (2015). Demanda. *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- Quispe, A., & Hinojosa, E. (2016). *Comportamiento de compra de los consumidores del centro comercial real plaza de la ciudad de Cusco-2016. (Tesis de título en economía y negocios internacionales)*. Cusco: Universidad peruana austral del Cusco.
- Rebaza, I. (2007). *Fundamentos para el desarrollo de una investigación contable*. Lima: Lulu.com.
- Rodríguez, T. (11 de Marzo de 2009). *Técnicas de investigación documental* . Obtenido de Técnicas de Investigación Documental : <http://dani14238551.blogspot.com/2009/03/la-recopilacion-documental-como-tecnica.html>
- Rosales, L. (2018). *Costos de importación y el precio de venta en las empresas importadoras de repuestos para vehículos en el distrito de los Olivos, año 2018. (Tesis de título de Contador Público)*. Lima: Universidad César Vallejo.
- RPP Noticias. (9 de Mayo de 2017). Acusan a 178 importadoras de cometer dumping en el mercado textil peruano. *RPP Noticias-economía*, pág. 1. Obtenido de <https://rpp.pe/economia/economia/acusan-a-178-importadoras-de-cometer-dumping-en-el-mercado-textil-peruano-noticia-1049475>
- Ruiz, M., Borboa, M., & Rodríguez, J. (2013). El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales. *Tlatemoani Revista Académica de Investigación* , 1-25.
- Scipion, F. (2019). ¿Cometes estos errores (Desgraciadamente tan comunes) en el momento de determinar el precio de venta de tus productos o servicios? *Lifestyle al cuadrado*. Obtenido de <https://www.lifestylealcuadrado.com/determinar-el-precio-de-venta/>
- Shyam, S. (2005). *Teoría de contabilidad y el control*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Solís , F. (2014). *El control de costos y la determinación del precio de venta en la empresa 3W Moncayos´s Garden. (Tesis de título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría)*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Tantalean, L. (2017). *Costo de Producción y determinación de precios en una empresa metalmecánica, Distrito Villa El Salvador, 2016. (Tesis de título profesional de Contador Público)*. Lima: Universidad César Vallejo.
- Vargas, G. (2006). *Introducción a la teoría económica un enfoque latinoamericano* (2a ed.). México: Pearson Educación de México, S.A de C.V.
- Vásquez, R., & Bongianino, C. (2008). *Principios de teoría contable* (1a ed.). Buenos Aires: Aplicación Tributaria S.A.

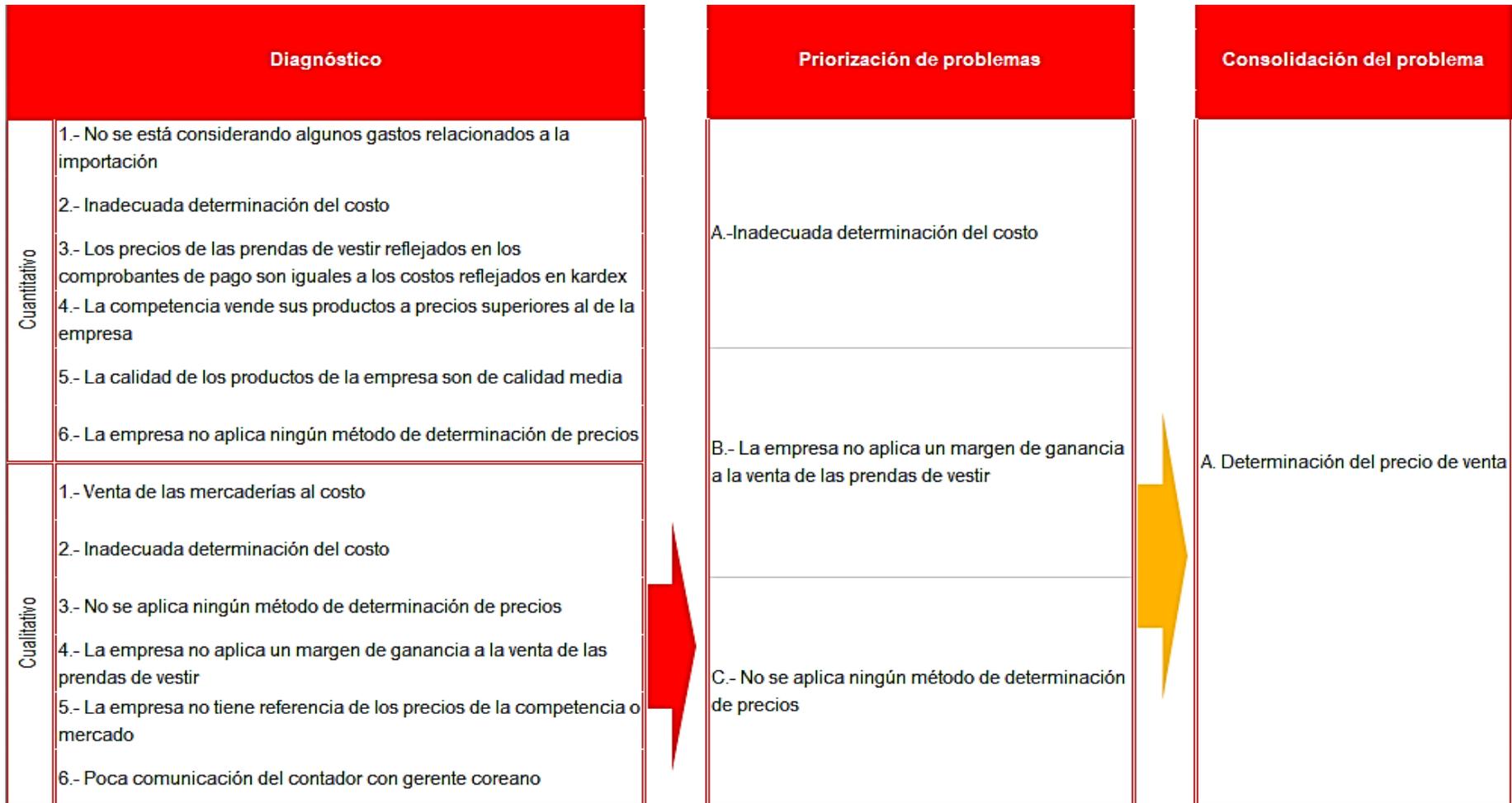
ANEXOS

Anexo 1: Matriz de la investigación

Título: Estrategias para la determinación del precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018

Problema general	Objetivo general	Categoría 1: Precio de venta	
		Sub categorías	Indicadores
¿Cómo mejorar la determinación del precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018?	Proponer estrategias para mejorar la determinación del precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018.	Políticas para la fijación de precios	1. Precios basados en los costos 2. Precios basados en los precios de la competencia o del mercado
Problemas específicos	Objetivos específicos	Factores que influyen en la determinación del precio de venta	3. Calidad del producto
¿Cómo mejorar las políticas para la fijación de precios en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018?	Diagnosticar las políticas para la fijación de precios en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018.		4. La localización del negocio
¿Factores que influyen en la determinación del precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018?	Diagnosticar los factores que influyen en la determinación del precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018.	Métodos para calcular el precio de venta	5. Precio sobre la base del costo más margen
¿Cómo mejorar el método para calcular el precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018?	Diagnosticar el método adecuado para calcular el precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018.		6. Precio sobre la base del costo más margen sobre el precio
Tipo, nivel y método	Población, muestra y unidad informante	Técnicas e instrumentos	Procedimiento y análisis de datos
Sintagma: Holístico Enfoque: Mixto Tipo: Proyectiva Nivel: Comprensivo Método: Inductivo-Deductivo.	Población: La empresa importadora Muestra: Documentos de importación, ventas, kardex del año 2018. Unidad informante: 1 Contador, 1 abogado tributarista, 1 Asistente Contable y 1 Practicante.	Técnicas: Entrevista Instrumentos: Recopilación documental y guía de entrevista.	Procedimiento: Se elaboró los instrumentos, se aplicó y determino según lo requerido. Análisis de datos: Sistema Altas.ti 8.

Anexo 2: Evidencias de la propuesta



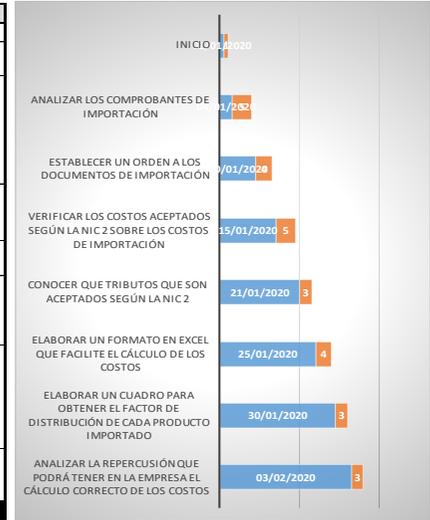
Creado para el Taller de Tesis - Facultad de Ingeniería y Negocios Universidad Norbert Wiener (LGSM-IMCM-FANL)

Evaluación de alternativas											
Alternativas de Solución		Tiempo	Costo	Impacto económico	Impacto tecnológico	Impacto social	✓ 1.00	Puntaje Total	Categoría solución	Problemas	Objetivos de la propuesta
		0.20	0.30	0.50	0.00	0.00					
1	S1 Contratar un personal con conocimientos sólidos en la determinación de costos de importación	4	1	2	1	1		2.100	S3 Implementar un sistema de costos para la adecuada determinación del precio de venta	A-Inadecuada determinación del costo B.- La empresa no aplica un margen de ganancia a la venta de las prendas de vestir C.- No se aplica ningún método de determinación de precios	1.- Determinar adecuadamente los costo
2	S2 Aplicar el método basado en costos precio sobre la base del costo más margen sobre el precio para la determinación de precios	5	3	5	1	1	4.400	5.000			2.- Aplicar un margen de ganancia del 30% a la venta de prendas de vestir
3	S3 Implementar un sistema de costos para la adecuada determinación del precio de venta	5	5	5	1	1	5.000	2.700			3.- Aplicar un método de determinación de precios en base al costo
4	S4 Establecer estrategias para la determinación de precios en base al costo	3	2	3	1	1					

Problema 1:	Inadecuada determinación del costo	Objetivo:	Determinar adecuadamente los costos en la empresa importadora	Alternativa de solución:	Implementar la NIC 2 para la adecuada determinación de los costos
--------------------	------------------------------------	------------------	---------------------------------------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------------------------------------

Actividades:

Nro	Actividad	Inicio	Dias	Fin	Logro parcial	Responsable/s	Ingresos	Egresos	Utilidad/Pérdida			
1	Inicio	02/01/2020	1	03/01/2020	Obtener el permiso de gerencia	Gerente	0.00	0.00	0.00			
2	Analizar los comprobantes de importación	04/01/2020	5	09/01/2020	Analizar DUA- Documentos relacionados	Practicante	0.00	146.88	-146.88			
3	Establecer un orden a los documentos de importación	10/01/2020	4	14/01/2020	Primero la DUA hojas (color verde) luego las copias (color naranja), el invoice, el ad-valorem y los ajustes del mismo, la percepción y los ajustes, otros documentos de importación, todos los comprobantes nacionales relacionados a la DAM	Practicante	0.00	102.00	-102.00			
4	Verificar los costos aceptados según la NIC 2 sobre los costos de importación	15/01/2020	5	20/01/2020	Revisar la norma internacional NIC 2 párrafo 11	Asistente Contable	0.00	206.25	-206.25			
5	Conocer que tributos que son aceptados según la NIC 2	21/01/2020	3	24/01/2020	Revisar la ley del IGV y la de los aranceles	Asistente Contable	0.00	86.25	-86.25			
6	Elaborar un formato en Excel que facilite el cálculo de los costos	25/01/2020	4	29/01/2020	Identificar la fecha de la DUA, el valor FOB de cada mercadería, flete, seguro para la obtención de valor CIF, los tributos afectos y demás gastos de importación	Asistente Contable	0.00	400.00	-400.00			
7	Elaborar un cuadro para obtener el factor de distribución de cada producto importado	30/01/2020	3	02/02/2020	Establecer una fórmula automática una vez determinado el costo total de importación y conociendo el valor FOB. El factor se obtendrá el costo total de importación sobre valor FOB para aplicar a cada precio reflejado en el invoice	Contador - Asistente	0.00	243.75	-243.75			
8	Analizar la repercusión que podrá tener en la empresa el cálculo correcto de los costos	03/02/2020	3	06/02/2020	Análisis de los importes	Contador - Asistente	0.00	157.50	-157.50			
							S/	-	S/	1,342.63	-S/	1,342.63



Plan de contingencia:

Nro	Actividad	Justificación
1	Inicio	
2	Analizar los comprobantes de importación	Si no envían las facturas de los gastos relacionados a la importación si son electrónicos podría obtenerlos mediante el clave sol de Sunat así evitar omitir algún gasto de la importación, así mismo se podría acceder por la página de Sunat por consulta DAM para obtener algunos documentos como el boletín químico, ajustes de AD Valorem, etc
3	Establecer un orden a los documentos de importación	Si no se pudiera ordenar, se tendría que relacionar los documentos según la DUA
4	Verificar los costos aceptados según la NIC 2 sobre los costos de importación	
5	Conocer que tributos que son aceptados según la NIC 2	
6	Elaborar un formato en Excel que facilite el cálculo de los costos	
7	Elaborar un cuadro para obtener el factor de distribución de cada producto importado	
8	Analizar la repercusión que podrá tener en la empresa el cálculo correcto de los costos	

Indicadores:

Indicador 1:	Liquidez		Indicador 2:	Rot. Inventarios
	Liquidez	Rot. Inventarios		
$Liquidez = \frac{Activo\ corriente}{Pasivo\ corriente}$			$Rotacion\ de\ Inventarios = \frac{Costo\ de\ venta}{Inventarios}$	
	g (tasa de crecimiento)	6.50%	de crecimiento)	6%
Año	Indicador 1:	Indicador 2:		
	Liquidez	Rot. Inventarios		
2017	1.35	0.60		
2018	1.35	0.44		
2019	1.44	0.47		
2020	1.53	0.49		
2021	1.63	0.52		
2022	1.73	0.56		
2023	1.84	0.59		

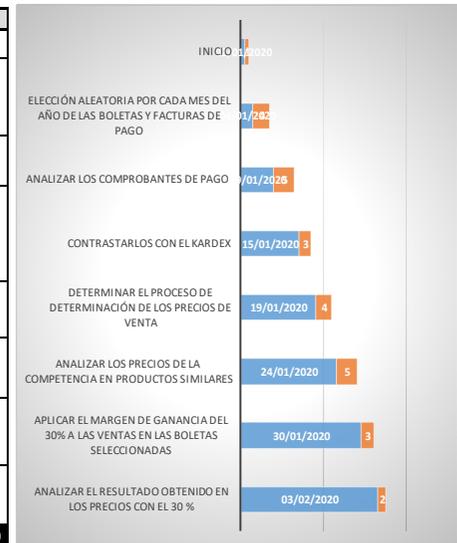
Productos:

- Producto 1:**
Establecer un orden en los comprobantes de importación
- Producto 2:**
Elaborar formato de calculo de costos
- Producto 3:**
Elaborar estados financieros

Problema 2:	La empresa no aplica un margen de ganancia a la venta de las prendas de vestir	Objetivo:	Aplicar un margen de ganancia del 30% a la venta de prendas de vestir	Alternativa de solución:	Adicionar el margen de utilidad deseada en el formato del método de determinación de precio de venta
--------------------	--------------------------------------------------------------------------------	------------------	-----------------------------------------------------------------------	---------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------

Actividades:

Nro	Actividad	Inicio	Dias	Fin	Logro parcial	Responsable/s	Ingresos	Egresos	Utilidad/Pérdida		
1	Inicio	02/01/2020	1	03/01/2020	Obtener el permiso de gerencia	Gerente	0.00	0.00	0.00		
2	Elección aleatoria por cada mes del año de Las boletas y facturas de pago	04/01/2020	4	08/01/2020	Se obtendrá los comprobantes requeridos para el análisis.	practicante	0.00	102.00	-102.00		
3	Analizar los comprobantes de pago	09/01/2020	5	14/01/2020	Se lograra comprender los importes establecidos en las boletas y facturas	Asistente contable	0.00	206.25	-206.25		
4	Contrastarlos con el kardex	15/01/2020	3	18/01/2020	Se relacionara con los comprobantes de pago a fin de entender si los importes establecidos en el kardex son base para el establecimiento de los precios	Contador - Asistente	0.00	243.75	-243.75		
5	Determinar el proceso de determinación de los precios de venta	19/01/2020	4	23/01/2020	Permitirá conocer el proceso que se aplica en la empresa	Contador - Asistente	0.00	400.00	-400.00		
6	Analizar los precios de la competencia en productos similares	24/01/2020	5	29/01/2020	Se lograra tener una base referente de los precios de venta	Contador - Asistente	0.00	593.75	-593.75		
7	Aplicar el margen de ganancia del 30% a las ventas en las boletas seleccionadas	30/01/2020	3	02/02/2020	Conocer los precios después de haber aplicado el porcentaje establecido	Contador - Asistente	0.00	243.75	-243.75		
8	Analizar el resultado obtenido en los precios con el 30 %	03/02/2020	2	05/02/2020	Realizar una comprobación del porcentaje aplicado	Contador - Asistente	0.00	125.00	-125.00		
							S/	-	S/	1,914.50 -S/	1,914.50



Plan de contingencia:

Nro	Actividad	Justificación
1	Inicio	
2	Elección aleatoria por cada mes del año de Las boletas y facturas de pago	Si no se tuviera acceso a los comprobantes, se accedería al registro de ventas, a la liquidación mensual que se posee en un Excel.
3	Contrastarlos con el kardex	
4	Determinar el proceso de determinación de los precios de venta	
5	Analizar los precios de la competencia en productos	
6	Aplicar el margen de ganancia del 30% a las ventas en las boletas seleccionadas	
7	Analizar el resultado obtenido en los precios con el 30 %	

Indicadores:

Indicador 1:	Rentabilidad bruta		Indicador 2:	Rentabilidad neta	
	Rentabilidad bruta			Rentabilidad neta	
$Ratio\ rentabilidad\ bruta = \frac{Utilidad\ bruta}{Ventas\ netas}$			$Ratio\ rentabilidad\ neta = \frac{Utilidad\ neta}{Ventas\ netas} * 100$		
g (tasa de crecimiento)	3%	la de crecimiento)	=	4%	
Año	Indicador 1:		Indicador 2:		
	Rentabilidad bruta		Rentabilidad neta		
2017	19		13		
2018	30		20		
2019	31		21		
2020	32		22		
2021	33		22		
2022	34		23		
2023	35		24		

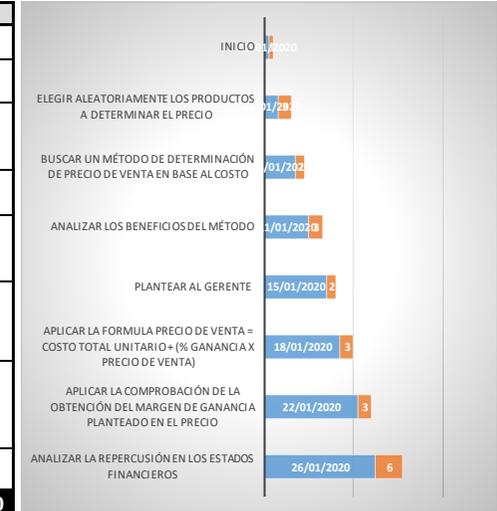
Productos:

Producto 1:
Analizar el margen de ganancia de la competencia
Producto 2:
Elaborar estados financieros
Producto 3:
Determinar mediante ratios la repercusión en los estados financieros

Problema 3:	No se aplica ningún método de determinación de precios	Objetivo:	Aplicar un método de determinación de precios en base al costo	Alternativa de solución:	Precio de venta = Costo total unitario + (% ganancia x precio de venta)
--------------------	--------------------------------------------------------	------------------	----------------------------------------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------------------------------------------

Actividades:

Nro	Actividad	Inicio	Días	Fin	Logro parcial	Responsable/s	Ingresos	Egresos	Utilidad/Pérdida	
1	Inicio	02/01/2020	1	03/01/2020	Obtener el permiso de gerencia	Gerente	0.00	0.00	0.00	
2	Elegir aleatoriamente los productos a determinar el precio	04/01/2020	3	07/01/2020	Se logrará obtener los documentos requeridos	Contador - Asistente	0.00	243.75	-243.75	
3	Buscar un método de determinación de precio de venta en base al costo	08/01/2020	2	10/01/2020	Se logrará analizar y conocer sobre los métodos de determinación del precio de mercado en base al costo	Contador - Asistente	0.00	125.00	-125.00	
4	Analizar los beneficios del método	11/01/2020	3	14/01/2020	Conocer los beneficios de los métodos analizados	Contador - Asistente	0.00	243.75	-243.75	
5	Plantear al gerente	15/01/2020	2	17/01/2020	Dar a conocer de al gerente del método de precio de venta seleccionado	Contador	0.00	80.00	-80.00	
6	Aplicar la formula precio de venta = Costo total unitario + (% ganancia x precio de venta)	18/01/2020	3	21/01/2020	Se logrará conocer el nuevo precio de los productos con el método de precio de venta aplicado	Contador - Asistente	0.00	243.75	-243.75	
7	Aplicar la comprobación de la obtención del margen de ganancia planteado en el precio	22/01/2020	3	25/01/2020	Mediante la fórmula se conocerá si mediante el método planteado se obtendrá el porcentaje de ganancia planteado	Contador - Asistente	0.00	243.75	-243.75	
8	Analizar la repercusión en los estados financieros	26/01/2020	6	01/02/2020	Se lograra conocer las ventas con un porcentaje de ganancia razonable	Contador	0.00	540.00	-540.00	
							S/	-	S/ 1,720.00	-S/ 1,720.00



Plan de contingencia:

Nro	Actividad	Justificación
1	Inicio	
2	Elegir aleatoriamente los productos a determinar el precio	
3	Buscar un método de determinación de precio de venta en base al costo	si no es factible este método buscar según otro basado en los costos
4	Analizar los beneficios del método	
5	Plantear al gerente	
6	Aplicar la formula precio de venta = Costo total unitario + (% ganancia x precio de venta)	
7	Aplicar la comprobación de la obtención del margen de ganancia planteado en el precio	
8	Analizar la repercusión en los estados financieros	

Productos:

- Producto 1:**
Elaborar un formato en Exel para facilitar la determinación del precio de venta
- Producto 2:**
Aplicar el método, analizar la repercusión
- Producto 3:**
Elaborar estados financieros

Anexo 3: Artículo de investigación

Espiritu Emprendedor TES Tareas 0 Español (España) Ver el sitio fernando78

Enviar un artículo

1. Inicio 2. Cargar el envío 3. Introducir los metadatos 4. Confirmación 5. Sigüientes pasos

Se ha subido su envío y ya está listo para ser enviado. Puede volver atrás para revisar y ajustar la información que desee antes de continuar. Cuando esté listo haga clic en "Finalizar envío".

Finalizar envío Cancelar

Espiritu Emprendedor TES Tareas 0 Español (España) Ver el sitio Biblioteca de envío Ver me

Precio de venta Precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018

Fernando Alexis Nolazco Labajos

Envío Revisión Editorial Producción

Archivos de envío

Icono	ID	Nombre del archivo	Fecha	Descripción
📄	539-2	fernando78, Precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018.docx (2)	diciembre 17, 2019	Texto del artículo
📄	540-1	fernando78, DECLARACION DE REVISTA.pdf	diciembre 17, 2019	Otro

Anexo 4: Instrumento cuantitativo

Formato para determinar costos de importación según la NIC 2

DETERMINACION DE COSTO DE IMPORTACION SEGÚN LA NIC 2				
FECHA : 16/04/2018				
DUA : 118-15XXXX				
T.C : -				
N°	DESCRIPCION	P. UNITARIO FOB	CANTIDAD EN UNIDADES	TOTAL FOB
1	CARDIGAN			0.00
2	SUETER			0.00
3	POLO			0.00
4	BLUSA			0.00
5	FALDA			0.00
			FOB	-
			FLETE	-
			SEGURO	-
			TOTAL CIF	-
A.- VALOR CIF		-		-
B.- TRIBUTOS				
AD- VALOREM		-		-
C.- GASTOS DE IMPORTACION				-
BI. GASTOS DE DESPACHO		-		
BI. BOLETIN QUIMICO		-		
BI. GASTOS LOGISTICOS Y OPERATIVOS		-		
BI. SERVICIO DE TRANSPORTE		-		
BI. SER. ADM. DE CONTENEDORES, ETC		-		
BI. MANIPULEO, VERIFICACION, DESCARGA		-		
BI. OTROS GASTOS DE IMPORTACION		-		
D.- GASTOS FINANCIEROS		-		-
COSTOS DE IMPORTACION				
A	VALOR CIF		-	
B	DERECHOS E IMPUESTOS		-	
C	GASTOS DE IMPORTACION		-	
D	GASTOS FINANCIEROS		-	
TOTAL COSTO DE IMPORTACION				-
FACTOR =		$\frac{\text{TOTAL COSTO DE IMPORTACION}}{\text{VALOR FOB}}$		
FACTOR =		-	-	-
N°	DESCRIPCION	P. UNITARIO FOB	FACTOR DE DISTRIBUCION	COSTO UNITARIO DE IMPORTACION
1	CARDIGAN	0.00	✓	-
2	SUETER	0.00	✓	-
3	POLO	0.00	✓	-
4	BLUSA	0.00	✓	-
5	FALDA	0.00	✓	-
				-
DATOS:				
* SE PUEDEN CONSIDERAR LOS ARANCELES Y OTROS IMPUESTOS SIEMPRE Y CUANDO NO SEAN APLICABLES O RECUPERABLES				
* BI.= BASE IMPONIBLE				

Formato para determinar el precio de venta

METODO : PRECIO SOBRE LA BASE DEL COSTO MÁS MARGEN SOBRE EL PRECIO

$$\text{Precio de venta} = \text{costo total unitario} + (\% \text{ ganancia} \times \text{precio de venta})$$

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{costo total unitario}}{(1 - \% \text{ de ganancia})}$$

DATOS :

Producto : XXX

Margen de ganancia : %

DETERMINACION:

$$Pv = \frac{\text{Costo Total Unitario}}{(1 - \% \text{ de ganancia})}$$

$$Pv = \text{Costo Total Unitario} + (\% \text{ de ganancia} \times Pv)$$

COMPROBACION:

$$Pv = \frac{PV - CV}{PV}$$

$$Pv = \frac{\text{Costo Total Unitario} + (\% \text{ de ganancia} \times Pv)}{PV}$$

$$Pv = \text{Costo Total Unitario} + (\% \text{ de ganancia} \times Pv)$$

Anexo 5: Instrumento cualitativo



Universidad
Norbert Wiener

Ficha de entrevista

Datos básicos:

Cargo o puesto en que se desempeña	
Nombres y apellidos	
Código de la entrevista	Entrevistado1 (Entv.1)
Fecha	
Lugar de la entrevista	

Nro.	Preguntas de la entrevista
1	¿En su opinión en base a que política se fija los precios en la empresa importadora? ¿Por qué?
2	¿Considera Ud. que la determinación correcta de los costos de importación es fundamental y de vital importancia para el establecimiento del precio de venta? ¿Por qué?
3	¿Actualmente Ud. cree que los precios fijados en base a la competencia son adecuados? ¿Por qué?
4	¿En su opinión considera que la calidad del producto es un factor muy importante que influye en la determinación del precio de venta? ¿Por qué?
5	¿Considera Ud. que la localización del negocio es un factor que influye en la determinación del precio de venta? ¿Por qué?
6	¿Considera Ud. que el método precio sobre la base del costo más margen es aplicado para la determinación del precio de venta en la empresa importadora? ¿Por qué?
7	¿En su opinión el método de determinación del precio de venta en base al precio sobre la base del costo más margen sobre el precio es adecuado? ¿Por qué?

Observaciones

.....

Anexo 6: Transcripción de las entrevistas o informe del análisis documental

Entrevistado1 (Entv.1)

Nro.	Preguntas de la entrevista	Respuestas
1	¿En su opinión en base a que política se fija los precios en la empresa importadora? ¿Por qué?	En base al costo, porque la empresa al vender su producto considera como elementos integrantes del costo al valor del bien y otros elementos adicionales lo que da como resultado final el costo total unitario. Llegado al costo total unitario es a ese valor por el cual es vendido por la empresa, sin colocar algún margen de ganancia.
2	¿Considera Ud. que la determinación correcta de los costos de importación es fundamental y de vital importancia para el establecimiento del precio de venta? ¿Por qué?	Sí, considero que la determinación adecuada de los costos es de vital importancia, porque a partir de la determinación adecuada de los costos de importación la empresa podrá anticipar el nivel de egresos que afrontará en las próximas importaciones, proyectando así mismo aquellos costos involucrados con el bien importado, tales como seguros, comisiones, licencias, etc.
3	¿Actualmente Ud. cree que los precios fijados en base a la competencia son adecuados? ¿Por qué?	Sí, considero que son adecuados los precios fijados en base a la competencia porque la competencia es el estimulante para mejorar las cualidades del producto que se ofrece, es por ello que percatándonos de los precios de nuestros competidores se logrará colocar un precio adecuado en la empresa a fin que no se obtenga pérdidas.
4	¿En su opinión considera que la calidad del producto es un factor muy importante que influye en la determinación del precio de venta? ¿Por qué?	La calidad de un producto es un factor muy importante porque es un determinante en los gustos y preferencias del cliente, pues le otorga al usuario poder disponer de un producto que tiene carácter de permanente, lo cual es un beneficio a fin de no realizar desembolsos posteriores para adquirir el mismo producto.
5	¿Considera Ud. que la localización del negocio es un factor que influye en la determinación del precio de venta? ¿Por qué?	La localización es un factor que influye en la determinación del precio, porque un buen lugar donde colocar el negocio es esencial por lo que esto haría que la empresa pueda dar a conocer la calidad de los productos que ofrece, por ende, el usuario podrá observar las características, etc.
6	¿Considera Ud. que el método precio sobre la base del costo más margen es aplicado para la determinación del precio de venta en la empresa importadora? ¿Por qué?	Este método no se aplicado en la empresa, porque al observar los comprobantes de pago, como las facturas, boletas, se denota que la empresa ha estado vendiendo sus productos al costo, por otro lado, el método en base al costo más margen no resulta conveniente puesto que no refleja realmente la ganancia proyectada por la empresa.

7	¿En su opinión el método de determinación del precio de venta en base al precio sobre la base del costo más margen sobre el precio es adecuado? ¿Por qué?	El método precio sobre la base del costo más margen sobre el precio, es adecuado, porque al determinar el precio de venta bajo este método permite que la empresa pueda obtener el margen proyectado por la misma, esto sería beneficioso para la empresa para generar utilidades adecuadas.
---	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Entrevistado2 (Entv.2)

Nro.	Preguntas de la entrevista	Respuestas
1	¿En su opinión en base a que política se fija los precios en la empresa importadora? ¿Por qué?	Lo que comúnmente se hace en la empresa para fijar el precio de venta es basarse en el costo, es decir que la empresa vende sus productos al costo, tal y cual lo adquirió, en ese costo se incluye todos aquellos conceptos vinculados al producto, tales como flete, seguro y otros elementos integrantes.
2	¿Considera Ud. que la determinación correcta de los costos de importación es fundamental y de vital importancia para el establecimiento del precio de venta? ¿Por qué?	Considero que la determinación correcta de los costos es muy importante, Porque a través del conocimiento preciso de los costos involucrados la empresa puede proyectar con certeza cuanto va a requerir de efectivo para hacer frente a una importación y de esta manera evitar contra tiempos.
3	¿Actualmente Ud. cree que los precios fijados en base a la competencia son adecuados? ¿Por qué?	La competencia es uno de los factores importantes e influyentes en la determinación del precio de venta, por ello fijar los precios en base a la competencia resulta adecuado a efecto de poder realizar un juicio de comparabilidad a fin de establecer un precio basado en los precios de los competidores si estos resultan superior a la determinación de los precios de la empresa.
4	¿En su opinión considera que la calidad del producto es un factor muy importante que influye en la determinación del precio de venta? ¿Por qué?	Si la competencia es uno de los factores para determinar el precio de venta, la calidad del producto tiene un lugar preponderante, para los consumidores cuya importancia radica en un producto que les dure. Afín de evitar gastos innecesarios para adquirirlos nuevamente un producto o prefiere adquirir un producto que le rinda mucho tiempo, por ello la calidad juega un papel importante en el juego de la oferta y la demanda.
5	¿Considera Ud. que la localización del negocio es un factor que influye en la determinación del precio de venta? ¿Por qué?	La localización del negocio ocupa un lugar en la lista de elementos de la determinación del precio de venta, un lugar adecuado permite que el público pueda conocer que es lo que se le está ofreciendo, permite que el público pueda acercarse al producto y ver sus características físicas, la calidad y su prestigio.

6	¿Considera Ud. que el método precio sobre la base del costo más margen es aplicado para la determinación del precio de venta en la empresa importadora? ¿Por qué?	Este método no resulta adecuado, porque al determinar el precio de venta en base al costo más margen proyectado algún porcentaje de ganancia de un cálculo simple resultaría que no se lograría ganar lo proyectado, por lo que las expectativas de la empresa no se cumplirían.
7	¿En su opinión el método de determinación del precio de venta en base al precio sobre la base del costo más margen sobre el precio es adecuado? ¿Por qué?	El método planteado resulta adecuado, porque al determinar el precio de venta bajo este método de un cálculo simple permite concretar lo proyectado por la empresa, por ende, la aplicación del método permite a la empresa proyectar sus ingresos como egresos.

Entrevistado3 (Entv.3)

Nro.	Preguntas de la entrevista	Respuestas
1	¿En su opinión en base a que política se fija los precios en la empresa importadora? ¿Por qué?	En la empresa importadora los precios son fijados en base a la política de costos, porque constituyen una forma segura de conocer los costos incurridos para la adquisición del producto a comercializar, además de que es un método clásico que trasmite confiabilidad a los clientes.
2	¿Considera Ud. que la determinación correcta de los costos de importación es fundamental y de vital importancia para el establecimiento del precio de venta? ¿Por qué?	Considero que la determinación correcta de los costos de importación si son fundamentales y de vital importancia porque constituyen para la empresa la base principal para el establecimiento de los precios, además de que dan a conocer con veracidad todos los costos incurridos en la importación a fin de proyectar los costos para futuras importaciones.
3	¿Actualmente Ud. cree que los precios fijados en base a la competencia son adecuados? ¿Por qué?	Para establecer si es adecuado o no tendría que evaluar si son inferiores o superiores a los precios establecidos por la empresa, si fueran inferiores sería un error garrafal establecer el precio según la competencia, sin embargo, si los precios de mercado o de la competencia son superiores a los que se determinó en la empresa sería favorable debido a que generaría más ingresos.
4	¿En su opinión considera que la calidad del producto es un factor muy importante que influye en la determinación del precio de venta? ¿Por qué?	La calidad del producto de todos los puntos de vista económicos es un factor muy influyente a la hora de establecer los precios, en la empresa importadora los materiales por los que está compuesto las prendas de vestir son de calidad media. Los adquirientes siempre buscan un producto de bajo precio y de buena calidad, a fin de proteger sus recursos económicos.

5	¿Considera Ud. que la localización del negocio es un factor que influye en la determinación del precio de venta? ¿Por qué?	Considero que la localización del negocio es un factor que influye para determinar el precio, pues si una empresa está ubicada en un lugar que frecuentemente recurre la gente, además de estar en un lugar muy comercial los precios no serán iguales a los de una empresa que su ubicación esta oculta y de poco acceso a los clientes.
6	¿Considera Ud. que el método precio sobre la base del costo más margen es aplicado para la determinación del precio de venta en la empresa importadora? ¿Por qué?	La empresa importadora no aplica ningún método de determinación de precios, porque sus comprobantes de pago reflejan que los productos son vendidos al costo tal cual como refleja en el kardex, esto afecta a la empresa. Tampoco sería conveniente aplicar el método planteado, debido a que este método no permite obtener el margen de utilidad proyectado.
7	¿En su opinión el método de determinación del precio de venta en base al precio sobre la base del costo más margen sobre el precio es adecuado? ¿Por qué?	El método planteado del precio sobre la base del costo más margen sobre el precio si es adecuado, al determinar el precio de uno de los productos y obtener el mismo con un margen de ganancia establecido resulta superior al costo a demás al comprobar la determinación de un porcentaje de ganancia resulta el mismo que ya se había establecido.

Entrevistado4 (Entv.4)

Nro.	Preguntas de la entrevista	Respuestas
1	¿En su opinión en base a que política se fija los precios en la empresa importadora? ¿Por qué?	Según la política de costos, porque el costo refleja seguridad, confianza a la empresa para determinar el precio de venta y el margen de utilidad.
2	¿Considera Ud. que la determinación correcta de los costos de importación es fundamental y de vital importancia para el establecimiento del precio de venta? ¿Por qué?	La determinación correcta de los costos es fundamental y de vital importancia, porque permite conocer todos los costos y gastos en los que incurrió la empresa. Para obtener el precio de venta.
3	¿Actualmente Ud. cree que los precios fijados en base a la competencia son adecuados? ¿Por qué?	Puede ser adecuado, siempre y cuando se superior o igual a los precios establecidos por la empresa, pues si la empresa vende por debajo de los objetivos de ganancia trazados no estaría cumpliendo sus objetivos.
4	¿En su opinión considera que la calidad del producto es un factor muy importante que influye en la	Si es importante la calidad del producto, porque si el producto es de mayor calidad tendrá el precio más alto y si es de menor calidad por lo general tendrá un bajo precio.

	determinación del precio de venta? ¿Por qué?	
5	¿Considera Ud. que la localización del negocio es un factor que influye en la determinación del precio de venta? ¿Por qué?	La localización si influye en el precio de venta, porque la empresa se encuentra en una zona que no permite visualizar bien sus productos, por ello no resulta con buenos ingresos, si fuera todo lo contrario de ubicarse en la avenida, tendría mayores ingresos porque hay más movilización de posibles clientes.
6	¿Considera Ud. que el método precio sobre la base del costo más margen es aplicado para la determinación del precio de venta en la empresa importadora? ¿Por qué?	El método precio sobre la base del costo más margen no es aplicado en la empresa importadora, porque al realizar el kardex observamos que las facturas y boletas de venta están reflejando el costo establecido en el kardex.
7	¿En su opinión el método de determinación del precio de venta en base al precio sobre la base del costo más margen sobre el precio es adecuado? ¿Por qué?	Considero que el método precio sobre la base del costo más margen sobre el precio es adecuado, porque permite recuperar el porcentaje de ganancia que desea la empresa, generando mayores ingresos y utilidad a futuro.

Costo de productos importados en el año 2018 (errados)

KARDEX DE ENERO-JUNIO 2018																
EMPRESA:		MERCADERIA														
RUC:		CONTROL DE MERCADERIA AL 30 DE JUNIO DEL 2018														
ARTICULO	UNID	C.U.	Inv. final	COMPRAS						VENTAS						SALDO
	MED	S/.	dic-17	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	
BIVIDI L. MODA S/M	UND	8	780							24	50	69		24		613
BIVIDI L. MODA S/M	UND	8	1250							192	408			102	36	512
BIVIDI M/L. MODA S/M	UND	9	1682							24	228	90		60	288	992
BLUSA P/DAMA M/L. MODA	UND	12	1750							126	84	207	158	168	204	803
BLUSA M/L. MODA S/M P/DAMA	UND	11	1470							160		233	114	150	6	807
BLUSA P/DAMA M/L. MODA	UND	12						780							91	689
BLUSA L. MODA S/M	UND	10	2002							251	171	183	203	236	36	922
BLUSAS DE ALGODÓN L. MADA P/DAMA	UND	4	49													49
BLUSAS L. MODA P/DAMA	UND	5	37							12				24		1
CAFARENAS L. MODA S/M P/DAMA	UND	6	200										125			75
CARDIGAN M/L. MODA	UND	12	1260							108	180	47	129	354	120	322
CARDIGAN M/L. MODA P/DAMA	UND	9	2298							120	144	147	128	357	30	1372
CARDIGAN P/DAMA M/L. MODA	UND	15						3940						55	45	3840

EMPRESA:		MERCADERIA														
RUC:		CONTROL DE MERCADERIA AL 30 DE JUNIO DEL 2018														
ARTICULO	UNID	C.U.	Inv. final	COMPRAS						VENTAS						SALDO
	MED	S/.	dic-17	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	
CARDIGAN P/DAMA M/L. MODA	UND	14						11703							65	11638
CARDIGAN, L. MODA, S/M,	UND	11	1235							24			12		49	1150
ENTERIZO SIN PIE M/L. MODA S/M	UND	9	1036							100						936
ENTERIZO SIN PIE M/L. MODA S/M	UND	10	1817													1817
FALDA P/DAMA M/L. MODA	UND	12						1440								1440
FALDA L. MODA S/M	UND	7	687							54		54	6	3	12	558
FALDA L. MODA, S/M	UND	10	1069							36		84	36	264		649
FALDAS M/L. MODA	UND	15	1143							26		23			84	1010
POLO P/DAMA M/L. MODA	UND	11						4069							897	3172
POLO L. MODA S/M	UND	8	922											11		911
POLO L. MODA S/M	UND	17	2027							181	315	215	320	632	84	280
POLO M/L. MODA	UND	9	2577							224	230	64	388	1287	36	348
POLO M/L. MODA S/M	UND	10	1663							150	250	54	167	48	132	862
POLO(T-SHIRT/REMERAS)(SWEATER),L. M	UND	9	8077							919	732	491	2306	2122	482	1025
SUETER P/DAMA M/L. MODA	UND	10	524											46	200	278
SUETER P/DAMA M/L. MODA	UND	12	495								70	5	5	25	32	358
SUETER P/DAMA M/L. MODA	UND	14						9321							1620	7701
SUETER P/DAMA M/L. MODA	UND	15						10534							897	9637
VESTIDO M/L. MODA S/M	UND	10	187							30	60					97
VESTIDO M/L. MODA S/M	UND	12	25									12				13
VESTIDO M/L. MODA S/M P/DAMA	UND	11	188							84		100				4

KARDEX JULIO-DICIEMBRE 2018																
EMPRESA:		MERCADERIA														
RUC:		CONTROL DE MERCADERIA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018														
ARTICULO	UNID	C.U.	Inv. final	COMPRAS						VENTAS						SALDO
	MED	S/.	jun-18	JUL	AGOS	SET	OCT	NOV	DIC	JUL	AGOS	SET	OCT	NOV	DIC	
BIVIDI L. MODA S/M	UND	6	613							96	72	60			216	169
BIVIDI L. MODA S/M	UND	8	512							48	72				324	68
BIVIDI M/L. MODA S/M	UND	9	992							48	84		144	288	216	212
BLUSA P/DAMA M/L. MODA	UND	12	803							150	86		85	232	173	77
BLUSA M/L. MODA S/M P/DAMA	UND	11	807							147		20		18	474	148
BLUSA P/DAMA M/L. MODA	UND	12	689							36	7	3		120	177	346
BLUSA L. MODA S/M	UND	10	922									28	240		312	342
BLUSA M/L. MODAP/DAMA MOD. VARI	UND	8						5782							801	4981
BLUSAS DE ALGODÓN L. MODA P/DAMA	UND	4	49							42						7
BLUSAS L. MODA P/DAMA	UND	5	1													1
CAFARENAS L. MODA S/M P/DAMA	UND	6	75													75
CARDIGAN M/L. MODA	UND	12	322							84	96	36			72	34
CARDIGAN M/L. MODA P/DAMA	UND	9	1372							20	84	132		220	156	760
CARDIGAN P/DAMA M/L. MODA	UND	15	3840							122			15	160		3543
CARDIGAN P/DAMA M/L. MODA	UND	14	11638							36	204	12			12	11374
CARDIGAN, L. MODA, S/M	UND	11	1150							36	48		397			669
CARDIGAN M/L. MODA P/DAMA	UND	10						5570							78	5492
ENTERIZO SIN PIE M/L. MODA S/M	UND	9	936												96	840
ENTERIZO SIN PIE M/L. MODA S/M	UND	10	1817													1817

EMPRESA:		MERCADERIA														
RUC:		CONTROL DE MERCADERIA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018														
ARTICULO	UNID	C.U.	Inv. final	COMPRAS						VENTAS						SALDO
	MED	S/.	jun-18	JUL	AGOS	SET	OCT	NOV	DIC	JUL	AGOS	SET	OCT	NOV	DIC	
FALDA M/L. MODA MOD. VARIADO P/D	UND	10						1898							24	1874
FALDA P/DAMA M/L. MODA	UND	12	1440							180	60	80	45	63	29	983
FALDA L. MODA S/M	UND	7	558							12		18	24		12	492
FALDA L. MODA S/M,	UND	10	649							120	72		65	100		292
FALDAS M/L. MODA	UND	15	1010								6		53		108	843
POLO P/DAMA M/L. MODA	UND	11	3172							518	176	65	461	379	1384	189
POLO (T-SHIRT/REMERAS) M/L. MODA P	UND	10						19218							367	18851
POLO L. MODA S/M	UND	8	911									58		36	60	757
POLO L. MODA S/M	UND	17	280							109	156					15
POLO M/L. MODA	UND	9	348							136	23	99		12		78
POLO M/L. MODA S/M	UND	10	862								77		86	225	333	141
POLO(T-SHIRT/REMERAS)(SWEATER),L. M	UND	9	1025									180	281	194	267	103
SUETER P/DAMA M/L. MODA	UND	10	278											12		266
SUETER P/DAMA M/L. MODA	UND	12	358								30	150		32	25	121
SUETER P/DAMA M/L. MODA	UND	14	7701							312	307	234	15	360	404	6069
SUETER P/DAMA M/L. MODA	UND	15	9637							69	357	160	223	300	655	7873
VESTIDO M/L. MODA S/M	UND	10	97													97
VESTIDO M/L. MODA P/DAMA MOD. VA	UND	12						2608							276	2332
VESTIDO M/L. MODA S/M	UND	12	13													13
VESTIDO M/L. MODA S/M P/DAMA	UND	11	4													4

Determinación del costo de productos importados en el año 2018 según la NIC 2

FECHA Abril - 2018					
DUA 118-XXXXXX					
Nº	DESCRIPCION	P. UNITARIO FOB \$	CANTIDAD EN UNIDADES	TOTAL FOB	
1	CARDIGAN	3.50	11,703	40,960.50	
2	SUETER	3.80	10,534	40,029.20	
3	POLO	2.90	4,069	11,800.10	
4	BLUSA	3.10	780	2,418.00	
5	FALDA	3.30	1,440	4,752.00	
			FOB	99,959.80	
			FLETE	500.00	
			SEGURO	2,755.03	
			TOTAL CIF	103,214.83	
SOLUCION:					
RESUMEN DE LOS COSTOS DE IMPORTACION					
1	VALOR CIF		103,214.83		
2	DERECHOS E IMPUESTOS		13,828.00		
3	GASTOS DE IMPORTACION		11,266.26		
COSTO TOTAL DE IMPORTACION			128,309.09		
$\text{FACTOR} = \frac{\text{COSTO TOTAL DE IMPORTACION}}{\text{VALOR FOB}}$					
$\text{FACTOR} = \frac{128,309.09}{99,959.80} \quad 1.28360691$					
Nº	DESCRIPCION	P. UNITARIO FOB EN S/	FACTOR DE DISTRIBUCION	COSTO UNITARIO RECALCULADO	COSTO REFLEJADO EN EL KARDEX
1	CARDIGAN	11.30	1.28360691	15	14
2	SUETER	12.27	1.28360691	16	15
3	POLO	9.36	1.28360691	12	11
4	BLUSA	10.01	1.28360691	13	12
5	FALDA	10.66	1.28360691	14	12

FECHA Mayo - 2018

DUA 118-XXXXXX

N°	DESCRIPCION	P. UNITARIO FOB \$	CANTIDAD EN UNIDADES	TOTAL FOB
1	CARDIGAN	3.80	3,940	14,972.00
2	SUETER	3.50	9,321	32,623.50
			FOB	47,595.50
			FLETE	500.00
			SEGURO	1,300.73
			TOTAL CIF	49,396.23

SOLUCION:

1 VALOR CIF

RESUMEN DE LOS COSTOS DE IMPORTACION

1	VALOR CIF	49,396.23
2	DERECHOS E IMPUESTOS	6,558.00
3	GASTOS DE IMPORTACION	4,757.18
COSTO TOTAL DE IMPORTACION		60,711.41

$$\text{FACTOR} = \frac{\text{COSTO TOTAL DE IMPORTACION}}{\text{VALOR FOB}}$$

$$\text{FACTOR} = \frac{60,711.41}{47,595.50} = 1.27557038$$

N°	DESCRIPCION	P. UNITARIO FOB EN S/	FACTOR DE DISTRIBUCION	COSTO UNITARIO RECALCULADO	COSTO REFLEJADO EN EL KARDEX
1	CARDIGAN	12.45	1.27557038	16	15
2	SUETER	11.47	1.27557038	15	14

FECHA Noviembre - 2018

DUA 118-XXXXXX

N°	DESCRIPCION	P. UNITARIO FOB \$	CANTIDAD EN UNIDADES	TOTAL FOB
1	CARDIGAN	3.50	5,570	19,495.00
2	POLO	2.80	19,218	53,810.40
3	BLUSA	3.10	5,782	17,924.20
4	VESTIDO	3.60	2,608	9,388.80
5	FALDA	3.30	1,898	6,263.40
			FOB	106,881.80
			FLETE	500.00
			SEGURO	3,523.66
			TOTAL CIF	110,905.46

SOLUCION:

RESUMEN DE LOS COSTOS DE IMPORTACION

1	VALOR CIF	110,905.46
2	DERECHOS E IMPUESTOS	14,669.00
3	GASTOS DE IMPORTACION	11,811.17
COSTO TOTAL DE IMPORTACION		137,385.63

$$\text{FACTOR} = \frac{\text{COSTO TOTAL DE IMPORTACION}}{\text{VALOR FOB}}$$

$$\text{FACTOR} = \frac{137,385.63}{106,881.80} = 1.28539779$$

N°	DESCRIPCION	P. UNITARIO FOB EN S/	FACTOR DE DISTRIBUCION	COSTO UNITARIO RECALCULADO	COSTO REFLEJADO EN EL KARDEX
1	CARDIGAN	11.83	1.28539779	15	10
2	POLO	9.46	1.28539779	12	10
3	BLUSA	10.47	1.28539779	13	8
4	VESTIDO	12.16	1.28539779	16	12
5	FALDA	11.15	1.28539779	14	10

Control de mercaderías determinadas adecuadamente

KARDEX DE ENERO-JUNIO 2018																
EMPRESA:		MERCADERIA														
RUC:		CONTROL DE MERCADERIA AL 30 DE JUNIO DEL 2018														
ARTICULO	UNID	C.U.	Inv.final dic-17	COMPRAS						VENTAS						SALDO
				ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	
BIVIDI L. MODA S/M	UND	6	780							24	50	69		24		613
BIVIDI L. MODA S/M	UND	8	1250							192	408		102	36		512
BIVIDI M/L. MODA S/M	UND	9	1682							24	228	90	60	288		992
BLUSA P/DAMA M/L. MODA	UND	12	1750							126	84	207	158	168	204	803
BLUSA M/L. MODA S/M P/DAMA	UND	11	1470							160		233	114	150	6	807
BLUSA P/DAMA M/L. MODA	UND	13						780							91	689
BLUSA, L. MODA, S/M,	UND	10	2002							251	171	183	203	236	36	922
BLUSAS DE ALGODÓN L. MADA P/DAMA	UND	4	49													49
BLUSAS L. MODA P/DAMA	UND	5	37							12				24		1
CAFARENAS L. MODA S/M P/DAMA	UND	6	200										125			75
CARDIGAN M/L. MODA	UND	12	1260							108	180	47	129	354	120	322
CARDIGAN M/L. MODA P/DAMA	UND	9	2298							120	144	147	128	357	30	1372
CARDIGAN P/DAMA M/L. MODA	UND	16						3940						55	45	3840
EMPRESA:		MERCADERIA														
RUC:		CONTROL DE MERCADERIA AL 30 DE JUNIO DEL 2018														
ARTICULO	UNID	C.U.	Inv.final dic-17	COMPRAS						VENTAS						SALDO
				ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	
CARDIGAN P/DAMA M/L. MODA	UND	15						11703							65	11638
CARDIGAN, L. MODA, S/M,	UND	11	1235							24			12		49	1150
ENTERIZO SIN PIE M/L. MODA S/M	UND	9	1036							100						936
ENTERIZO SIN PIE M/L. MODA S/M	UND	10	1817													1817
FALDA P/DAMA M/ L. MODA	UND	14						1440								1440
FALDA L.MODA S/M	UND	7	687							54		54	6	3	12	558
FALDA, L. MODA, S/M,	UND	10	1069							36		84	36	264		649
FALDAS M/L. MODA	UND	15	1143							26		23			84	1010
POLO P/DAMA M/L. MODA	UND	12						4069							897	3172
POLO L. MODA S/M	UND	8	922											11		911
POLO L. MODA S/M	UND	17	2027							181	315	215	320	632	84	280
POLO M/L. MODA	UND	9	2577							224	230	64	388	1287	36	348
POLO M/L. MODA S/M	UND	10	1663							150	250	54	167	48	132	862
POLO(T-SHIRT/REMERAS)(SWEATER), L. M	UND	9	8077							919	732	491	2306	2122	482	1025
SUETER P/DAMA M/L. MODA	UND	10	524											46	200	278
SUETER P/DAMA M/L. MODA	UND	12	495								70	5	5	25	32	358
SUETER P/DAMA M/L. MODA	UND	15						9321							1620	7701
SUETER P/DAMA M/L. MODA	UND	16						10534							897	9637
VESTIDO M/L. MODA S/M	UND	10	187							30	60					97
VESTIDO M/L.MODA S/M	UND	12	25									12				13
VESTIDO M/L.MODA S/M P/DAMA	UND	11	188							84		100				4

KARDEX JULIO-DICIEMBRE 2018																
EMPRESA:		MERCADERIA														
RUC:		CONTROL DE MERCADERIA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018														
ARTICULO	UNID	C.U.	Inv.final jun-18	COMPRAS						VENTAS						SALDO
				JUL	AGOS	SET	OCT	NOV	DIC	JUL	AGOS	SET	OCT	NOV	DIC	
BIVIDI L. MODA S/M	UND	6	613							96	72	60			216	169
BIVIDI L. MODA S/M	UND	8	512							48	72				324	68
BIVIDI M/L. MODA S/M	UND	9	992							48	84		144	288	216	212
BLUSA P/DAMA M/L. MODA	UND	12	803							150	86		85	232	173	77
BLUSA M/L. MODA S/M P/DAMA	UND	11	807							147		20		18	474	148
BLUSA P/DAMA M/L. MODA	UND	12	689							36	7	3		120	177	346
BLUSA, L. MODA, S/M,	UND	10	922									28	240		312	342
BLUSA M/L. MODA P/DAMA MOD. VARI	UND	13						5782							801	4981
BLUSAS DE ALGODÓN L. MADA P/DAMA	UND	4	49							42						7
BLUSAS L. MODA P/DAMA	UND	5	1													1
CAFARENAS L. MODA S/M P/DAMA	UND	6	75													75
CARDIGAN M/L. MODA	UND	12	322							84	96	36			72	34
CARDIGAN M/L. MODA P/DAMA	UND	9	1372							20	84	132		220	156	760
CARDIGAN P/DAMA M/L. MODA	UND	15	3840							122			15	160		3543
CARDIGAN P/DAMA M/L. MODA	UND	14	11638							36	204	12			12	11374
CARDIGAN, L. MODA, S/M,	UND	11	1150							36	48		397			669
CARDIGAN M/L. MODA P/DAMA	UND	15						5570							78	5492
ENTERIZO SIN PIE M/L. MODA S/M	UND	9	936												96	840
ENTERIZO SIN PIE M/L. MODA S/M	UND	10	1817													1817
EMPRESA:		MERCADERIA														
RUC:		CONTROL DE MERCADERIA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018														
ARTICULO	UNID	C.U.	Inv.final jun-18	COMPRAS						VENTAS						SALDO
				JUL	AGOS	SET	OCT	NOV	DIC	JUL	AGOS	SET	OCT	NOV	DIC	
FALDA M/L. MODA MOD. VARIADO P/D	UND	14						1898							24	1874
FALDA P/DAMA M/ L. MODA	UND	12	1440							180	60	80	45	63	29	983
FALDA L. MODA S/M	UND	7	558							12		18	24		12	492
FALDA, L.MODA, S/M,	UND	10	649							120	72		65	100		292
FALDAS M/L. MODA	UND	15	1010										53		108	843
POLO P/DAMA M/L. MODA	UND	11	3172							518	176	65	461	379	1384	189
POLO (T-SHIRT/REMERAS) M/L. MODA P	UND	12						19218							367	18851
POLO L. MODA S/M	UND	8	911									58		36	60	757
POLO L. MODA S/M	UND	17	280							109	156					15
POLO M/L. MODA	UND	9	348							136	23	99		12		78
POLO M/L. MODA S/M	UND	10	862									77		86	225	141
POLO(T-SHIRT/REMERAS)(SWEATER), L. M	UND	9	1025									180	281	194	267	103
SUETER P/DAMA M/L. MODA	UND	10	278											12		266
SUETER P/DAMA M/L. MODA	UND	12	358								30	150		32	25	121
SUETER P/DAMA M/L. MODA	UND	14	7701							312	307	234	15	360	404	6069
SUETER P/DAMA M/L. MODA	UND	15	9637							69	357	160	223	300	655	7873
VESTIDO M/L. MODA S/M	UND	10	97													97
VESTIDO M/L. MODA P/DAMA MOD. VA	UND	16						2608							276	2332
VESTIDO M/L. MODA S/M	UND	12	13													13
VESTIDO M/L. MODA S/M P/DAMA	UND	11	4													4

Comprobantes de la competencia donde se observa los precios de los productos que vende la empresa importadora

VENTA EXCLUSIVA DE ROPA PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
Polos, Chompas, Blusas, Faldas, Pantalones, Pescadores,
Short y Bermudas (algodon, span, hilo, grao)
AL POR MAYOR Y MENOR

FACTURA

0001- Nº 001549

Señor: _____
Dirección: _____
R.U.C.: _____ G.R. Remit: 0001-001530 Fecha de Emisión: 23-12-18

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
48uni	Sueter De Dama dif tallas y Colores	33,00	1584,00

VENTA EXCLUSIVA DE ROPA PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
Polos, Chompas, Blusas, Faldas, Pantalones, Pescadores,
Short y Bermudas (algodon, span, hilo, grao)
AL POR MAYOR Y MENOR

FACTURA

0001- Nº 001539

Señor: _____
Dirección: _____
R.U.C.: _____ G.R. Remit: 0001-001518 Fecha de Emisión: 06-12-2018

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
1000	SUETER PARA DAMA DIF Modelos Tallas y Colores MARCA L y M	30,00	360,00
1000	SUETER PARA DAMA DIF Tallas y Colores MARCA L y M	25,00	300,00
1000	SUETER PARA DAMA DIF Tallas y Colores MARCA G-Boy	28,00	336,00

VENTA EXCLUSIVA DE ROPA PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
Polos, Chompas, Blusas, Faldas, Pantalones, Pescadores,
Short y Bermudas (algodon, span, hilo, grao)
AL POR MAYOR Y MENOR

FACTURA

0001- Nº 001535

Señor: _____
Dirección: _____
R.U.C.: _____ G.R. Remit: 0001-001516 Fecha de Emisión: 04-12-2018

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
5000	BLUSA PARA DAMA DIF Modelos Tallas y Colores MARCA Jaypen.	20,00	1200,00
5000	CARDIGAN CON CIERRE DIF Modelos Tallas y Colores MARCA L S M	28,00	1680,00
2000	BIVIDI PARA DAMA DIF Modelos Tallas y Colores MARCA L S M Collection	25,00	600,00

IMPORTACION Y EXPORTACION

FACTURA
001 - Nº 002457

Fecha: 24.02.2018

Señores: [Redacted]

Dirección: [Redacted]

R.U.C.: [Redacted] Guía Nº: 000688

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
30 UN	BLUSA MICERO JSUNI SL	18 =	540 =

IMPORTACION Y EXPORTACION

FACTURA
001 - Nº 002449

Fecha: 14.02.2018

Señores: [Redacted]

Dirección: [Redacted]

R.U.C.: [Redacted] Guía Nº: 000680

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
20 UN	BLUSAS YALINE SL P/DAMA	12 =	240 =
20 UN	BLUSA MICERO KATAI SL	18 =	360 =
10 UN	VESTIDOS P/DAMA VARIADOS M/Pd	20 =	200 =

IMPORTACION Y EXPORTACION

FACTURA
001 - Nº 002480

Fecha: 16.04.2018

Señores: [Redacted]

Dirección: [Redacted]

R.U.C.: [Redacted] Guía Nº: 000711

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
20 UN	CARDIGAN P/DAMA M/TI FENEF YJ SL	24 =	480 =

CJ CORPORATION
IMPORTACION Y EXPORTACION

R.U.C. [REDACTED]

FACTURA
001 - Nº 002479

Fecha: 12/04/2018

Señores: [REDACTED]

Dirección: [REDACTED]

R.U.C.: [REDACTED] Guía Nº: 000710

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
30 UN	BLUSA JSUNI S/M	\$18 =	\$540 =
20 UN	CARDIGAN SHENESHYI S/M	\$19 =	\$380 =

CJ CORPORATION
IMPORTACION Y EXPORTACION

R.U.C. [REDACTED]

FACTURA
001 - Nº 002549

Fecha: [REDACTED]

Señores: [REDACTED]

Dirección: [REDACTED]

R.U.C.: [REDACTED] Guía Nº: 000780

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
10 UN	VESTIDOS PLUMAS VARIAS Max Polos	\$20 =	\$200 =
10 UN	CARDIGAN PLUMAS MIS SURT	\$24 =	\$240 =
10 UN	POLIVESTIDO KAOJA FUSHI	\$27 =	\$270 =

IMPORTACIONES

Ofrece al público en general Casacas, Chompas, Poleras, Conjuntos, Shorts, Snikers, Polos, Faldas y Blusas para Damas en General de plena temporada a los mejores precios Directo de China y Chile.

POR MAYOR Y MENOR ATENDEMOS PEDIDOS A PROVINCIAS

R.U.C. [REDACTED]

BOLETA DE VENTA
0003-Nº 001675

DIA: 13 MES: 01 AÑO: 2018

Lim [REDACTED]

Señor(es): [REDACTED]

Dirección: [REDACTED]

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
1	vestido	30	30

IMPORTACIONES IMPORTACIONES

Ofrece al público en general Casacas, Chompas, Poleras, Conjuntos, Shorts, Snikers, Polos, Faldas y Blusas para Damas en General de plena temporada a los mejores precios Directo de China y Chile.

POR MAYOR Y MENOR ATENDEMOS PEDIDOS A PROVINCIAS
C.C. Turismo Tacna

R.U.C. **BOLETA DE VENTA**
0003-Nº 001669

DÍA	MES	AÑO
09	01	2018

Señor(es):

Dirección:

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
1	polo	25	25

IMPORTACIONES IMPORTACIONES

Ofrece al público en general Casacas, Chompas, Poleras, Conjuntos, Shorts, Snikers, Polos, Faldas y Blusas para Damas en General de plena temporada a los mejores precios Directo de China y Chile.

POR MAYOR Y MENOR ATENDEMOS PEDIDOS A PROVINCIAS

R.U.C. **BOLETA DE VENTA**
0003-Nº 001677

DÍA	MES	AÑO
16	01	2018

Señor(es):

Dirección:

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
6	polos	22.	132

IMPORTACIONES IMPORTACIONES

Ofrece al público en general Casacas, Chompas, Poleras, Conjuntos, Shorts, Snikers, Polos, Faldas y Blusas para Damas en General de plena temporada a los mejores precios Directo de China y Chile.

POR MAYOR Y MENOR ATENDEMOS PEDIDOS A PROVINCIAS

R.U.C. **BOLETA DE VENTA**
0003-Nº 001705

DÍA	MES	AÑO
09	02	2018

Señor(es):

Dirección:

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
3	polos	23	69

IMPORTACIONES

Ofrece al público en general Casacas, Chompas, Poleras, Conjuntos, Shorts, Snikers, Polos, Faldas y Blusas para Damas en General de plena temporada a los mejores precios Directo de China y Chile.

POR MAYOR Y MENOR ATENDEMOS PEDIDOS A PROVINCIAS

R.U.C. **BOLETA DE VENTA**
0003- Nº **001713**

DIA	MES	AÑO
09	03	2008

Señor(es):

Dirección:

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
3	faldas	20	60

IMPORTACIONES

Ofrece al público en general Casacas, Chompas, Poleras, Conjuntos, Shorts, Snikers, Polos, Faldas y Blusas para Damas en General de plena temporada a los mejores precios Directo de China y Chile.

POR MAYOR Y MENOR ATENDEMOS PEDIDOS A PROVINCIAS

R.U.C. **BOLETA DE VENTA**
0005- Nº **000008**

DIA	MES	AÑO
22	09	18

Señor(es):

Dirección: **SAN MARTIN**

D.N.I.

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
4	Faldas	15	60

IMPORTACIONES

Ofrece al público en general Casacas, Chompas, Poleras, Conjuntos, Shorts, Snikers, Polos, Faldas y Blusas para Damas en General de plena temporada a los mejores precios Directo de China y Chile.

POR MAYOR Y MENOR ATENDEMOS PEDIDOS A PROVINCIAS

R.U.C. **BOLETA DE VENTA**
0003- Nº **001920**

DIA	MES	AÑO
21	07	18

Señor(es):

Dirección:

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
12	Falda Blusa n/l.n	26	312

IMPORTACIONES

Ofrece al público en general Casacas, Chompas, Poleras, Conjuntos, Shorts, Snikers, Polos, Faldas y Blusas para Damas en General de plena temporada a los mejores precios Directo de China y Chile.

POR MAYOR Y MENOR ATENDEMOS PEDIDOS A PROVINCIAS

R.U.C. **BOLETA DE VENTA**
0003- Nº **001888**

DIA	MES	AÑO
17	07	18

Señor(es):

Dirección:

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
12	VIVIRI B/DAM	15	180

Comprobantes de la empresa donde se observa los precios

Enero 2018 (Factura y Boleta)

IMPORTACION
 IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
 IMPORTACIÓN DIRECTA - VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galería Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
 Cel.: 99 E-mail: @hotmail.com

FACTURA
 001- N° 000388

Señor(es): Casa Yamashiro S.A R.U.C.: 20101377301 Fecha de Emisión: 25/01/2018
 Dirección: Callao Guía: _____

CANT.	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IMPORTE
<u>42</u>	<u>P.lusa para damas</u>	<u>12</u>	<u>504</u>

IMPORTACION
 IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
 IMPORTACIÓN DIRECTA VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galería Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
 Cel.: 99 E-mail: @hotmail.com

BOLETA DE VENTA
 001- N° 003581

DIA MES AÑO
17 01 18

Señor(es): _____ D. Ident.: _____
 Dirección: _____

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
<u>9</u>	<u>polo P10</u>	<u>10</u>	<u>90</u>

Gracias por su preferencia

Febrero 2018 (Factura y Boleta)

IMPORTACION
 IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
 IMPORTACIÓN DIRECTA - VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galeria Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
 Cel.: 99 E-mail: @hotmail.com

FACTURA
 001- Nº 000401

Señor(es): Reyna Tahuapaza Mamani R.U.C.: 107150928119
 Dirección: Calle tres Cruces de Oro # 28 Int. - Lima Guía: Fecha de Emisión: 10/02/18

CANT.	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IMPORTE
10	Sueter para hombres	12	720

IMPORTACION
 IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
 IMPORTACIÓN DIRECTA
 VENTAS POR MAYOR

Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galeria Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
 Cel.: 99 E-mail: @hotmail.com

BOLETA DE VENTA
 001- Nº 003630

DIA MES AÑO
 02 02 18

Señor(es):
 Dirección: D. Ident.:

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
48	B.S.D. P/O	6	288

Gracias por su preferencia

Marzo 2018 (Factura y Boleta)

IMPORTACION
IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
IMPORTACIÓN DIRECTA - VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galería Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
Cel.: 99 E-mail: @hotmail.com

FACTURA
001- N° 000409

Señor(es): Verónica Larraín Pérez R.U.C.: 1007092776
Dirección: Verónica Guía: ✓ Fecha de Emisión: 06/03/2018

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	IMPORTE
14	faldas para damas	15	210

IMPORTACION
IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
IMPORTACIÓN DIRECTA
VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galería Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
Cel.: 99 E-mail: @hotmail.com

BOLETA DE VENTA
001- N° 003757

DÍA MES AÑO
24 02 18

Señor(es):
Dirección: D. Ident.:

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
3	CARNIGAN 1/10	9	27

Gracias por su preferencia

Abril 2018 (Factura y Boleta)

IMPORTACION
 IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA
 DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
 IMPORTACIÓN DIRECTA - VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galería Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
 Cel.: 99 E-mail: @hotmail.com

FACTURA
 001- N° 000423

Señor(es): ROSS MARLENY ALVAREZ RIVERA R.U.C.: 10258496642
 Dirección: Cajamarca 654-1er piso Strand 3 la Victoria Guía: 12.04.18
 Fecha de Emisión: 12.04.18

CANT.	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IMPORTE
<u>128</u>	<u>Blusa para damas</u>	<u>12</u>	<u>1296</u>

IMPORTACION
 IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE
 VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
 IMPORTACIÓN DIRECTA
 VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galería Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
 Cel.: 99 E-mail: @hotmail.com

BOLETA DE VENTA
 001- N° 003818

DIA MES AÑO
10 04 18

Señor(es):
 Dirección: D. Ident.:

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
<u>6</u>	<u>Camiseta P/O</u>	<u>9</u>	<u>54</u>

Gracias por su preferencia

Mayo 2018 (Factura y Boleta)

IMPORTACION
 IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
 IMPORTACIÓN DIRECTA - VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galeria Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
 Cel.: 99 E-mail: @hotmail.com

FACTURA
 001- N° 000450

Señor(es): Angelica Vasquez Jiron R.U.C.: 10437291271
 Dirección: Calle Puno 123. Belbusta - Sullana Guía: _____ Fecha de Emisión: 30/05/2018

CANT.	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IMPORTE
<u>118</u>	<u>Cardigan para damas</u>	<u>15</u>	<u>720</u>

IMPORTACION
 IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
 IMPORTACIÓN DIRECTA - VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galeria Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
 Cel. 99 E-mail: @hotmail.com

BOLETA DE VENTA
 001- N° 004038

DIA MES AÑO
31 05 18

Señor(es): _____ Doc. Ident. _____
 Dirección _____

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
<u>36</u>	<u>sueter P10</u>	<u>10</u>	<u>360</u>

Gracias por su preferencia

Junio 2018 (Factura y Boleta)

IMPORTACION
 IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA
 DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
 IMPORTACIÓN DIRECTA - VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galería Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
 Cel.: 99 E-mail: @hotmail.com

FACTURA
 001- N° 000456

Señor(es): *Dolly Hitario Mendocilla* R.U.C.: *10415896072*
 Dirección: *Francisco de Zela 326 Trujillo* Guía: *12, 06, 2018*

CANT.	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IMPORTE
<i>72</i>	<i>Cardigan para damas</i>	<i>12</i>	<i>864</i>
<i>168</i>	<i>sweter para damas</i>	<i>10</i>	<i>1680</i>
<i>36</i>	<i>polo para damas</i>	<i>10</i>	<i>360</i>

IMPORTACION
 IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE
 VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
 IMPORTACIÓN DIRECTA
 VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galería Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
 Cel.: E-mail: @hotmail.com

BOLETA DE VENTA
 001- N° 004039

DIA MES AÑO
01 06 18

Señor(es):
 Dirección: Doc. Ident:

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
<i>9</i>	<i>Cardigan P/D</i>	<i>12</i>	<i>108</i>

Gracias por su preferencia

Julio 2018 (Factura y Boleta)

IMPORTACION

IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
IMPORTACIÓN DIRECTA - VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galeria Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
Cel.: 99 E-mail: @hotmail.com

FACTURA

001- N° 000477

Señor(es): ENRIQUE GARCIA SAUÑE R.U.C.: 10099592328 Fecha de Emisión: 19, 07, 2018

Dirección: AV. GRAU 580 int. 1089 1º piso / Victoria Guía: _____

CANT.	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IMPORTE
120	falda para damas	12	1440
130	blusa para damas	12	1560

IMPORTACION

IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
IMPORTACIÓN DIRECTA
VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galeria Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
Cel. 99 E-mail: @hotmail.com

BOLETA DE VENTA

001- N° 004185

DIA	MES	AÑO
13	07	18

Señor(es): Graciela Gonzalez Doc. Ident. _____

Dirección: Chicla y S

CANT.	DESCRIPCION	P. UNT.	IMPORTE
12	polo PID	17	204

Gracias por su preferencia

Agosto 2018 (Factura y Boleta)

IMPORTACION
 IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
 IMPORTACIÓN DIRECTA - VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galería Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
 Cel.: 99 E-mail: @hotmail.com

FACTURA
 001- N° 000481

Señor(es): *Mary Elena Luna Cárdena* R.U.C.: *10296136129*
 Dirección: *Siglo XX 213 fit. F33 C/cta. Pampa, Arica* Fecha de Emisión: *08.08.18*

CANT.	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IMPORTE
<i>21</i>	<i>Sueter para damas</i>	<i>12</i>	<i>252</i>

IMPORTACION
 IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
 IMPORTACIÓN DIRECTA VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galería Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
 Cel. 99 E-mail: @hotmail.com

BOLETA DE VENTA
 001- N° 004259

DIA MES AÑO
11 08 18

Señor(es): Doc. Ident.
 Dirección:

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
<i>48</i>	<i>CARDIGAN No</i>	<i>9</i>	<i>432</i>

Gracias por su preferencia

Setiembre 2018 (Factura y Boleta)

IMPORTACION
 IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA
 DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
 IMPORTACIÓN DIRECTA - VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galeria Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
 Cel.: 99 E-mail: @hotmail.com

FACTURA
 001- N° 000483

Señor(es): Helen Aronuro Llanos R.U.C.: 10906055901
 Dirección: Ji: Montevideo 752 Int. 218 2° Piso Guía: _____ Fecha de Emisión: 22, 09, 2018

CANT.	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IMPORTE
100	sweter polo clon	12	1200
70	solida polo clon	12	840

IMPORTACION
 IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE
 VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
 IMPORTACIÓN DIRECTA
 VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galeria Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
 E-mail: @hotmail.com

BOLETA DE VENTA
 001- N° 004306

DIA MES AÑO
28 / 09 / 18

Señor(es): _____
 Dirección _____ Doc. Ident. _____

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
48	polo p/d	8	384

Gracias por su preferencia

Noviembre 2018 (Factura y Boleta)

IMPORTACION
 IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
 IMPORTACIÓN DIRECTA - VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galería Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
 Cel.: 99 E-mail: @hotmail.com

FACTURA
 001- N° 000490

Señor(es): *Coarita Morales José* R.U.C.: *70100561234*
 Dirección: *Jr. Ayacucho N° 1163 Int. 403 Gal. Nueva Vida* Guía: _____ Fecha de Emisión: *08/11/2018*

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	IMPORTE
<i>200</i>	<i>sueter para damas</i>	<i>15</i>	<i>3000</i>

IMPORTACION
 IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
 IMPORTACIÓN DIRECTA
 VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galería Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
 Cel.: 99 E-mail: @hotmail.com

BOLETA DE VENTA
 001- N° 004427

DIA MES AÑO
21 11 18

Señor(es): *Sofía Bolanos*
 Dirección: _____ Doc. Ident.: _____

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
<i>29</i>	<i>sueter P10</i>	<i>15</i>	<i>435</i>

Gracias por su preferencia

Diciembre 2018 (Factura y Boleta)

IMPORTACION
IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
IMPORTACIÓN DIRECTA - VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galería Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
Cel.: 99 E-mail: @hotmail.com

FACTURA
001- N° 000507

Señor(es): Juan Carlos Gutiérrez Sanizo R.U.C.: 10410853105
Dirección: St. Montevideo 752 St 5-220 Guía: _____ Fecha de Emisión: 29/12/18

CANT.	DESCRIPCIÓN	P.UNITARIO	IMPORTE
<u>126</u>	<u>Vestido para damas</u>	<u>12</u>	<u>1512</u>

SON: m.l. quinientos doce /100 SUB TOTAL 1512

IMPORTACION
IMPORTACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS
IMPORTACIÓN DIRECTA
VENTAS POR MAYOR

Jr. Ayacucho N° 1163 Piso Int. Galería Nueva Vida - Lima - Lima - Lima
Cel.: 99 E-mail: @hotmail.com

BOLETA DE VENTA
001- N° 004498

DIA MES AÑO
10 12 18

Señor(es): _____ Doc. Ident. _____
Dirección _____

CANT.	DESCRIPCIÓN	P.UNIT.	IMPORTE
<u>54</u>	<u>Blusas pl</u>	<u>12</u>	<u>672</u>

Gracias por su preferencia

Composición de las prendas de vestir de 04-2018

NO.	DESCRIPTION	QUANTITY
1	CARDIGAN (CARDIGAN) (RAYON VISCOSE 70% NYLON 25% SPANDEX 5% PARA DAMA)	11,703PCS
2	SUETER (SWEATER) (RAYON VISCOSE 70% NYLON 25% SPANDEX 5% PARA DAMA)	10,534PCS
3	POLO (SWEATER) (RAYON VISCOSE 70% NYLON 25% SPANDEX 5% PARA DAMA)	4,069PCS
4	BLUSA (BLOUSE) (POLYESTER 100% PARA DAMA)	780PCS
5	FALDA (SKIRT) (POLYESTER 100% PARA DAMA)	1,440PCS
		28,526PCS

Composición de las prendas de vestir de 05-2018

NO.	DESCRIPTION	QUANTITY
1	CARDIGAN (CARDIGAN) (RAYON VISCOSE 70% NYLON 25% SPANDEX 5% PARA DAMA)	3,940PCS
2	SUETER (SWEATER) (RAYON VISCOSE 70% NYLON 25% SPANDEX 5% PARA DAMA)	9,321PCS
		13,261PCS

Composición de las prendas de vestir de 11-2018

NO.	DESCRIPTION	QUANTITY
1	CARDIGAN (CARDIGAN) (RAYON VISCOSE 70% NYLON 25% SPANDEX 5% PARA DAMA)	5,570PCS
2	POLO (SWEATER) (RAYON VISCOSE 70% NYLON 25% SPANDEX 5% PARA DAMA)	19,218PCS
3	BLUSA (BLOUSE) (POLYESTER 100% PARA DAMA)	5,782PCS
4	VESTIDO (ONE-PIECE) (POLYESTER 100% PARA DAMA)	2,608PCS
5	FALDA (SKIRT) (POLYESTER 100% PARA DAMA)	1,898PCS
		35,076-PCS

Determinación del precio de venta

Método: Precio sobre la base del costo más margen

Producto: Blusa

BLUSA	COSTO	8
Pv =	8 + (30% * 8)	
Pv =	8 + 2	
Pv =		10

COMPROBACION

$$Pv = \frac{PV - CV}{PV}$$

$$Pv = \frac{10 - 8}{10}$$

$$Pv = 23 \%$$

BLUSA	COSTO	12
Pv =	12 + (30% * 12)	
Pv =	12 + 4	
Pv =		16

COMPROBACION

$$Pv = \frac{PV - CV}{PV}$$

$$Pv = \frac{16 - 12}{16}$$

$$Pv = 23 \%$$

Producto: Cárdigan

CARDIGAN	COSTO	9
Pv =	9 + (30% * 9)	
Pv =	9 + 3	
Pv =		12

COMPROBACION

$$Pv = \frac{PV - CV}{PV}$$

$$Pv = \frac{12 - 9}{12}$$

$$Pv = 23 \%$$

CARDIGAN	COSTO	12
Pv =	12 + (30% * 12)	
Pv =	12 + 4	
Pv =		16

COMPROBACION

$$Pv = \frac{PV - CV}{PV}$$

$$Pv = \frac{16 - 12}{16}$$

$$Pv = 23 \%$$

CARDIGAN COSTO 15	
Pv =	15 + (30% * 15)
Pv =	15 + 5
Pv =	<u>20</u>
COMPROBACION	
Pv =	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv =	$\frac{20 - 15}{20}$
Pv =	23 %

Producto: Falda

FALDA COSTO 10	
Pv =	10 + (30% * 10)
Pv =	10 + 3
Pv =	<u>13</u>
COMPROBACION	
Pv =	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv =	$\frac{13 - 10}{13}$
Pv =	23 %

FALDA COSTO 12	
Pv =	12 + (30% * 12)
Pv =	12 + 4
Pv =	<u>16</u>
COMPROBACION	
Pv =	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv =	$\frac{16 - 12}{16}$
Pv =	23 %

FALDA COSTO 15	
Pv =	15 + (30% * 15)
Pv =	15 + 5
Pv =	<u>20</u>
COMPROBACION	
Pv =	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv =	$\frac{20 - 15}{20}$
Pv =	23 %

Producto: Polo

POLO COSTO 8	
Pv =	8 + (30% * 8)
Pv =	8 + 2
Pv =	<u>10</u>
COMPROBACION	
Pv =	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv =	$\frac{10 - 8}{10}$
Pv =	23 %

POLO	COSTO	10
Pv =	10 +	(30% * 10)
Pv =	10	+ 3
Pv =		<u>13</u>

COMPROBACION

$$Pv = \frac{PV - CV}{PV}$$

$$Pv = \frac{13 - 10}{13}$$

$$Pv = 23 \%$$

POLO	COSTO	17
Pv =	17 +	(30% * 17)
Pv =	17	+ 5
Pv =		<u>22</u>

COMPROBACION

$$Pv = \frac{PV - CV}{PV}$$

$$Pv = \frac{22 - 17}{22}$$

$$Pv = 23 \%$$

Producto: Suéter

SUETER	COSTO	10
Pv =	10 +	(30% * 10)
Pv =	10	+ 3
Pv =		<u>13</u>

COMPROBACION

$$Pv = \frac{PV - CV}{PV}$$

$$Pv = \frac{13 - 10}{13}$$

$$Pv = 23 \%$$

SUETER	COSTO	12
Pv =	12 +	(30% * 12)
Pv =	12	+ 4
Pv =		<u>16</u>

COMPROBACION

$$Pv = \frac{PV - CV}{PV}$$

$$Pv = \frac{16 - 12}{16}$$

$$Pv = 23 \%$$

SUETER	COSTO	15
Pv =	15 +	(30% * 15)
Pv =	15	+ 5
Pv =		<u>20</u>

COMPROBACION

$$Pv = \frac{PV - CV}{PV}$$

$$Pv = \frac{20 - 15}{20}$$

$$Pv = 23 \%$$

Producto: Bibidi

BIBIDI	COSTO	6
Pv =	6 + (30% * 6)	
Pv =	6 + 2	
Pv =	<input type="text" value="8"/>	
COMPROBACION		
$Pv = \frac{PV - CV}{PV}$		
$Pv = \frac{8 - 6}{8}$		
Pv = 23 %		

VESTIDO	COSTO	12
Pv =	12 + (30% * 12)	
Pv =	12 + 4	
Pv =	<input type="text" value="16"/>	
COMPROBACION		
$Pv = \frac{PV - CV}{PV}$		
$Pv = \frac{16 - 12}{16}$		
Pv = 23 %		

Método: Precio sobre la base del costo más margen sobre el precio

Producto: Blusa

BLUSA	COSTO	8
Pv =	$\frac{8}{(1 - 30\%)}$	
Pv =	<input type="text" value="11"/>	
COMPROBACION		
$Pv = \frac{PV - CV}{PV}$		
$Pv = \frac{11 - 8}{11}$		
Pv = 30 %		

BLUSA	COSTO	12
Pv =	$\frac{12}{(1 - 30\%)}$	
Pv =	<input type="text" value="17"/>	
COMPROBACION		
$Pv = \frac{PV - CV}{PV}$		
$Pv = \frac{17 - 12}{17}$		
Pv = 30 %		

Producto: Cárdigan

CARDIGAN	COSTO	9
Pv	=	$\frac{9}{(1 - 30\%)}$
Pv	=	13
COMPROBACION		
Pv	=	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv	=	$\frac{13 - 9}{13}$
Pv	=	30 %

CARDIGAN	COSTO	12
Pv	=	$\frac{12}{(1 - 30\%)}$
Pv	=	17
COMPROBACION		
Pv	=	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv	=	$\frac{17 - 12}{17}$
Pv	=	30 %

CARDIGAN	COSTO	15
Pv	=	$\frac{15}{(1 - 30\%)}$
Pv	=	21
COMPROBACION		
Pv	=	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv	=	$\frac{21 - 15}{21}$
Pv	=	30 %

Producto: Falda

FALDA	COSTO	10
Pv	=	$\frac{10}{(1 - 30\%)}$
Pv	=	14
COMPROBACION		
Pv	=	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv	=	$\frac{14 - 10}{14}$
Pv	=	30 %

FALDA	COSTO	12
Pv	=	$\frac{12}{(1 - 30\%)}$
Pv	=	<input type="text" value="17"/>
COMPROBACION		
Pv	=	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv	=	$\frac{17 - 12}{17}$
Pv	=	30 %

FALDA	COSTO	15
Pv	=	$\frac{15}{(1 - 30\%)}$
Pv	=	<input type="text" value="21"/>
COMPROBACION		
Pv	=	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv	=	$\frac{21 - 15}{21}$
Pv	=	30 %

Producto: Polo

POLO	COSTO	8
Pv	=	$\frac{8}{(1 - 30\%)}$
Pv	=	<input type="text" value="11"/>
COMPROBACION		
Pv	=	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv	=	$\frac{11 - 8}{11}$
Pv	=	30 %

POLO	COSTO	10
Pv	=	$\frac{10}{(1 - 30\%)}$
Pv	=	<input type="text" value="14"/>
COMPROBACION		
Pv	=	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv	=	$\frac{14 - 10}{14}$
Pv	=	30 %

POLO	COSTO	17
Pv	=	$\frac{17}{(1 - 30\%)}$
Pv	=	<input type="text" value="24"/>
COMPROBACION		
Pv	=	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv	=	$\frac{24 - 17}{24}$
Pv	=	30 %

Producto: Suéter

SUETER	COSTO	10
Pv	=	$\frac{10}{(1 - 30\%)}$
Pv	=	<input type="text" value="14"/>
COMPROBACION		
Pv	=	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv	=	$\frac{14 - 10}{14}$
Pv	=	30 %

SUETER	COSTO	12
Pv	=	$\frac{12}{(1 - 30\%)}$
Pv	=	<input type="text" value="17"/>
COMPROBACION		
Pv	=	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv	=	$\frac{17 - 12}{17}$
Pv	=	30 %

SUETER	COSTO	15
Pv	=	$\frac{15}{(1 - 30\%)}$
Pv	=	<input type="text" value="21"/>
COMPROBACION		
Pv	=	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv	=	$\frac{21 - 15}{21}$
Pv	=	30 %

Producto: Bibidi

BIBIDI	COSTO	6
Pv	=	$\frac{6}{(1 - 30\%)}$
Pv	=	<input type="text" value="9"/>
COMPROBACION		
Pv	=	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv	=	$\frac{9 - 6}{9}$
Pv	=	30 %

Producto: Vestido

VESTIDO	COSTO	12
Pv	=	$\frac{12}{(1 - 30\%)}$
Pv	=	<input type="text" value="17"/>
COMPROBACION		
Pv	=	$\frac{PV - CV}{PV}$
Pv	=	$\frac{17 - 12}{17}$
Pv	=	30 %

Anexo 7: Pantallazos del Atlas.ti



LICARES - ATLAS.ti - Versión de prueba

Administrar códigos

Archivo Inicio Buscar Analizar Importar & Exportar Herramientas & Soporte Técnico Códigos Buscar & Filtrar Herramientas Vista

Nuevo código libre

Nuevo grupo

Crear grupo inteligente

Código inteligente

Duplicar códigos

Renombrar códigos

Eliminar códigos

Editar comentario

Editar código inteligente

Abrió administrador de grupos

Cambiar color

Fusionar códigos

Dividir código

Abrió árbol de red

Nube de palabras

Lista de palabras

Informe

Exportar a Excel

Explorar & Analizar

Explorador del proyecto

Administrador de redes

Administrador de documentos

Administrador de códigos

Buscar

Buscar grupos de códigos

Buscar códigos

Grupos de códigos	Nombre	Enraizamiento	Densidad
◇ C1 Precio de venta (6)	◇ C1 Precio de Venta	█	2
◇ C1.1 Políticas para la fijación de precios (2)	◇ C1.1 Políticas para la fijación de precios	█	2
◇ C1.2 Factores que influyen en la determinación del precio de venta	◇ C1.1.1 Precios basados en los costos	██████████	26
◇ C1.3 Métodos para calcular el precio de venta	◇ C1.1.2 Precios basados en los precios de la competencia o del mercado	██████████	13
	◇ C1.2 Factores que influyen en la determinación del precio de venta	█	2
	◇ C1.2.1 Calidad del producto	██████████	11
	◇ C1.2.2 La localización del negocio	██████████	13
	◇ C1.3 Métodos para calcular el precio de venta	█	3
	◇ C1.3.1 Precio sobre la base del costo más margen	██████████	10
	◇ C1.3.2 Precio sobre la base del costo más margen sobre el precio	██████████	12
	● E1. Egresos	█	2
	● E2. Ingresos	█	2
	● E3. Consumidor	█	2

DIAGNOSTICO, LICARES - ATLAS.ti - Versión de prueba

Administrar grupos

Archivo Inicio Buscar Analizar Importar & Exportar Herramientas & Soporte Técnico Grupos de códigos

Nuevo grupo

Nuevo grupo inteligente

Duplicar

Crear instantánea

Renombrar

Eliminar

Editar comentario

Editar grupo inteligente

Abrió administrador de códigos

Abrió red

Explorar en Internet

Exportar a Excel

Explorar

Informe

Explorador del proyecto

Administrador de redes

Administrador de grupos de códigos

Buscar

Buscar grupos de códigos

Nombre	Tamaño	Modificado por	Creado	Modificado
◇ C1 Precio de venta	4	Elizabeth	07/11/2019 08:04 p.m.	07/11/2019 08:04 p.m.

Códigos en grupo:

Códigos no en grupo:

- ◇ C1 Precio de venta
- C1.1 Políticas para la fijación de precios
- C1.2 Factores que influyen en la determinación del precio de venta
- C1.3 Métodos para calcular el precio de venta

Anexo 8: Fichas de validación de la propuesta

Anexo.....Ficha de validez de la propuesta



**Universidad
Norbert Wiener**

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: *Estrategias para la determinación del precio de venta en una empresa Importadora de prendas de V., Lima*
 Nombre de la propuesta: *Estrategias para la determinación del precio de venta*

Yo, *Nolays Labajo, Fernando Alexis* identificado con DNI Nro *40086182* Especialista en *metodología*

Actualmente laboro en *Wume* Ubicado en *Lima* Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

Relevancia: Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

Construcción gramatical: se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

N°	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	✓		✓		✓			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	✓		✓		✓			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	✓		✓		✓			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación holística- mixta -proyectiva	✓		✓		✓			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	✓		✓		✓			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	✓		✓		✓			
7	La propuesta tiene un plan de acción e intervención bien detallado por objetivos	✓		✓		✓			
8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	✓		✓		✓			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	✓		✓		✓			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	✓		✓		✓			

Y después de la revisión opino que:

1. *Aplicable*
2.
3.

Es todo cuanto informo

[Firma]
Firma



Universidad
Norbert Wiener

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: Estrategias para la determinación del precio de venta en una empresa Importadora de P.V., Lima 2018
 Nombre de la propuesta: Estrategias para la determinación del precio de venta

Yo, Diego L. Pulverto identificado con DNI Nro 8460914 Especialista en Administración

Actualmente laboro en Universidad Norbert Wiener Ubicado en Lima. Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

Relevancia: Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

Construcción gramatical: se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

N°	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	/		/		/			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	/		/		/			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	/		/		/			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación holística- mixta -proyectiva	/		/		/			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	/		/		/			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	/		/		/			
7	La propuesta tiene un plan de acción e intervención bien detallado por objetivos	/		/		/			
8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	/		/		/			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	/		/		/			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	/		/		/			

Y después de la revisión opino que:

1. Aplica
2. Aplica
3. Aplica

Es todo cuanto informo

[Firma]
Firma

Anexo 9: Matrices de trabajo

Matriz - Planteamiento del problema

Problema de investigación a nivel internacional	Informe mundial #1	Esencia del problema	Consolidación del problema
	Mas ventas no siempre es ganancias	<p>Muchas de las empresas solo se enfocan en vender sus productos o mercaderías, pero no siempre se logra los resultados planteados en cuanto a la utilidad, debido a que tener mayor volumen de venta no asegura que se obtendrá mayores ganancias, en el artículo nos menciona que el precio de venta depende directamente de los factores externos como la demanda, la oferta, calidad del producto, así mismo el prestigio, marca, competencia, etcétera también nos muestra 2 métodos para calcular el precio de venta como: Método en base a la utilidad bruta y según el margen de contribución (Núñez, 2016).</p>	Internacional
	Título del informe		<p>En el mundo globalizado de hoy cobra vital importancia para los empresarios el establecimiento de precios adecuados tanto en la venta de mercaderías como de servicios para lograr sus objetivos económicos. Según el informe de Núñez (2016), muchas de las empresas se diraccionan en vender grandes volúmenes de mercaderías para lograr obtener mayores utilidades lo cual no siempre se concreta debido a que tener mayores ventas no asegura obtener mayores ganancias. Pues según el informe realizado por el autor la determinación del precio de venta depende en muchos casos directamente de factores externos como la marca, la calidad del producto, el prestigio ganado por la empresa, etc. Así mismo muestra los métodos clásicos para determinar el precio de venta como el método en base a la utilidad bruta y de acuerdo al margen de contribución. En la actualidad en la búsqueda de establecer precios adecuados muchos</p>
	¿Cómo se debe calcular el precio de venta de un producto?		
	Referencia		
	Núñez, E. (2016). ¿Cómo se debe calcular el precio de venta de un producto? <i>FundaPymes.com</i> . Obtenido de https://www.fundapymes.com/calcular-precio-de-venta/		
	Informe mundial #2	Esencia del problema	
	Errores comunes en la determinación de los precios de venta	<p>Los empresarios en muchas oportunidades cometen errores en cuanto al establecimiento de los precios de sus mercaderías y uno de los errores que frecuentemente se comete es el de establecer un precio demasiado inferior al del mercado o inferior al costo, también se comete el error de establecer precios según la situación personal por la que afrontan lo cual es incorrecto pues el cliente atraviesa otras circunstancias económicas, establecer un precio demasiado alto con el objetivo de obtener mayores beneficios económicos, también podemos rescatar que en mayor parte las empresas acostumbran a sus clientes a</p>	
	Título del informe		
	¿Cometes estos errores (desgraciadamente tan comunes) en el momento de determinar el precio de venta de tus productos o servicios?		
Referencia			

	precios fijos y no dinámicos, otro error común es el no asociar los precios con la demanda, también podemos mencionar que al pactar precios con los competidores las empresas se pueden ver perjudicadas económicamente, así mismo algunos empresarios están encerrados en un mentalidad rígida por ello no aplican descuentos, promociones, packs y por ultimo no poseen una escala de precios asequibles (Scipion, 2019).	empresarios cometen errores a la hora de establecer los mismos. Según el informe realizado por Scipion (2019) los errores más frecuentes son el de establecer precios muy bajos o muy altos así mismo relacionar la situación de la empresa con la de los clientes, establecer precios fijos en vez de acostumbrar a precios dinámicos, también es común que los empresarios pacten precios con los competidores o su mentalidad es más tradicional por lo cual no aplican estrategias como los descuentos, packs, promociones. Por último, otro error común que se comete es no tener una escala de precios accesibles a los clientes. Los constantes cambios en el mercado y en los competidores influyen en la determinación de los precios de venta Osorio, Duque & Gómez (2015). Si bien es cierto que los costos han sido base fundamental por largos años, en la actualidad existen muchas formas para determinar o establecer los mismos, pero para que sean adecuados deben ser éticos, determinados de forma responsable y sobre todo deben ser aceptados por ley.
	Scipion, F. (2019). ¿Cometes estos errores (Desgraciadamente tan comunes) en el momento de determinar el precio de venta de tus productos o servicios? <i>Lifestyle al cuadrado</i> . Obtenido de https://www.lifestylealcuadrado.com/determinar-el-precio-de-venta/	
	Informe mundial #3	Esencia del problema
	En la actualidad la fijación de precios se ha convertido en una de las más importantes y complicadas decisiones que se deben tomar en las empresas	Los constantes cambios en el mercado y la competencia influyen en la determinación de los precios de venta, es por ello que las empresas deben tener adecuadas estrategias para fijar sus precios de sus productos o servicios. Por muchos años los costos han sido la base fundamental para la determinación de los precios de venta. Pero en la actualidad existen muchas formas creativas para la fijación de los precios pues son puntos de partida para generar muchos beneficios económicos a la empresa, según los estudios de Mckinsey, las mejoras en el establecimiento de los precios muestran un efecto más efectivo respecto a la rentabilidad que los aumentos en volumen de las mercaderías. Las diferentes estrategias o mecanismos de las empresas para la determinación de los precios deben ser aceptados por ley, así mismo ser éticos y sobre todo deben ser responsable para beneficiar a la empresa y cliente (Osorio, Duque, & Gómez, 2015).
	Título del informe	
	Políticas para la fijación de precios de venta como base para la generación de valor	
Referencia		

	Osorio, J., Duque, M., & Gómez, L. (2015). Políticas para la fijación de precios de venta como base para la generación de valor. <i>Universidad de Antioquia(Colombia)</i> , 1-14. Obtenido de http://intercostos.org/documentos/apellidos/Osorio%202.pdf		
Problema de investigación a nivel nacional	Informe nacional #1	Esencia del problema	Consolidación del problema
	Según el índice de precios al consumidor final a nivel nacional Prendas de Vestir y Calzado tuvo una variación de 0,04%	El instituto nacional de estadística e informática realizó un informe técnico respecto a la variación de los indicadores de precios de la economía desde enero a julio 2019, en el informe respecto a las prendas de vestir y calzado en los siete meses este rubro a nivel nacional muestra una variación de 0.04% y respecto al índice de precios al consumidor de lima metropolitana en este rubro muestra una ligera variación de 0,02% de los cuales se observa que los mayores precios se da en ropa para hombre como los ternos y polos de vestir con 0,2% y 0,1%, respectivamente. En las prendas de vestir para mujer se observa la casaca 0,2%, respecto a las chompas, pantalones de vestir y faldas representan una variación de 0,1% (García, Sánchez, Montoya, & Gómez, 2019).	Nacional
	Título del informe		En los últimos años el Perú atraviesa por una situación deprimente en cuanto a la competencia de venta de prendas de vestir nacional vs las importadas, pues la industria peruana ha sido afectada debido al masivo ingreso de prendas de vestir de china a precios subvaluados según el informe del instituto nacional de estadística e informática realizado por García, Sánchez, Montoya, & Gómez (2019), en el informe técnico respecto a la variacion de los indicadores de precios realizado de enero a julio 2019 el rubro de prendas de vestir y calzado a nivel nacional solo muestra una pequeña variacion de 0.04% de los cuales se observa que los precios mas altos es en la ropa de hombres como los ternos. respecto a las mujeres se observa que los precios mas altos es en las casacas. Según el diario gestion el 87% de prendas de vestir que ingresan al pais cuesta inferior a dos dólares, un valor
	Variación de los indicadores de precios de la economía		
	Referencia		
	García, J., Sánchez, A., Montoya, L., & Gómez, G. (2019). <i>Variación de los indicadores de precios de la economía</i> . Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/precios.pdf		
	Informe nacional #2	Esencia del problema	
Importación de prendas de vestir subvaluadas	Según el diario gestión el 87% de las prendas de vestir importadas ingresaron al país por menos de dos dólares, un valor irreal que no cubre ni los costos de los insumos para su fabricación, así mismo el representante de la sociedad nacional de industria mencionó que en los mercados de Perú no se encuentran prendas de vestir como: polos, camisas, etcétera que cuesten un dólar o		
Título del informe			
SNI asegura que una de cada dos prendas importadas en Perú ingresa a menos de US\$ 1			
Referencia			

	menor, esto se debe a que los importadores subvalúan o sobrevaloran los precios de los productos según su conveniencia y con ello burlan a las autoridades para obtener mayores márgenes de ganancia (Lira, 2018)	irregular e irreal debido a que su precio no cubriría ni los costos de los insumos para su elaboración, en el mercado nacional no se encuentran mercaderías por menos de esos precios, esto se debe a que muchos importadores transgreden las leyes y burlan a las autoridades aduaneras para mejorar y elevar sus utilidades, informe elaborado por Lira, (2018). Así mismo en el informe elaborado por RPP Noticias (2017) menciona que las mercaderías importadas provenientes de china están ingresando al país a precios dumping, lo cual indica que en la gran mayoría de esos productos representa la mitad de los precios de adquisición en el lugar de origen. Del mismo modo refleja los estudios realizados por el Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior (Idexcam) de la Cámara de Comercio de Lima, que 178 empresas importadoras de Perú estarían importando prendas de vestir cometiendo dumping, lo que está originando una competencia desleal en los mercados de esos rubros.
	Lira, J. (25 de Noviembre de 2018). SNI asegura que una de cada dos prendas importadas en Perú ingresa a menos de US\$ 1. pág. 2. Obtenido de https://gestion.pe/economia/sni-asegura-dos-prendas-importadas-peru-ingresa-us-1-250886-noticia/	
Informe nacional #3	Esencia del problema	
El ingreso de mercaderías a precios dumping, es un problema que repercute en el sector textil.	Según la fuente de RPP Noticias las prendas de vestir provenientes de china estarían ingresando a nuestro país a precios dumping, que en la mayoría de casos representa la mitad del valor pagado en el lugar de origen. Así mismo según estudios realizados por el Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior (Idexcam) de la Cámara de Comercio de Lima, indica que 178 empresas importadoras peruanas estarían importando determinadas prendas de vestir cometiendo dumping, lo cual originaría una competencia desleal en el mercado (RPP Noticias, 2017).	
Título del informe		
Acusan a 178 importadoras de cometer dumping en el mercado textil peruano.		
Referencia		
	RPP Noticias. (9 de Mayo de 2017). Acusan a 178 importadoras de cometer dumping en el mercado textil peruano. <i>RPP Noticias-economía</i> , pág. 1. Obtenido de https://rpp.pe/economia/economia/acusan-a-178-importadoras-de-cometer-dumping-en-el-mercado-textil-peruano-noticia-1049475	

Causa	Sub causa	¿Por qué?	Consolidación parcial del problema	Consolidación del problema Local
C1. Personal	1. Rotación de personal de contabilidad	1. Remuneración muy baja	Por lo general en la empresa existe una alta rotación del personal que calcula los costos de importación debido a que su remuneración es baja, además de que no se siente satisfecho con sus funciones, así mismo existe una duda respecto al cálculo de los costos , debido a que en la empresa el personal que lo elabora es un practicante y no existe una adecuada supervisión de su labor, así mismo puede influir en la labor del trabajador en cuanto a la determinación de costos debido a que cumple múltiples funciones, esto debido a que la empresa no se preocupa en contratar el personal adecuado es decir no invierte en capital humano además que cuando no se encuentra a un personal asignan más funciones al personal que queda laborando.	En la empresa importadora de prendas de vestir al cierre del periodo 2018 refleja un saldo de crédito fiscal muy alto, además se observa que los comprobantes de pago emitidos por el personal de la empresa son igual a los costos entregados por el área de contabilidad lo cual llama la atención. El motivo por la cual se vende al costo y no agregando un margen de utilidad razonable, es por ello que se puede inferir que existe un inadecuado cálculo de precio de venta en la empresa importadora, ello puede deberse a que existe alta rotación de personal encargado de cálculo de costos y otras tareas debido a que la remuneración es muy baja, además de que el personal no se encuentra satisfecho con sus labores encomendados, del mismo modo existe una duda respecto al cálculo de los costos ello porque el personal que cumple esa función casi siempre son practicantes, además de que existe una inadecuada supervisión del trabajo realizado y existe una sobrecarga laboral porque se le encomienda
		2. No se siente satisfecho con las funciones asignadas.		
	2. Inadecuado cálculo de costo de importación	3. El personal es practicante		
		4. Inadecuada supervisión		
	3. Cumple múltiples funciones	5. La empresa no invierte en capital humano		
		6. Escases de personal contratado		
C2. Equipos	4. no posee un sistema de costos	7. porque desconoce de los beneficios de un programa de costos	El software y Harvard que posea una empresa son de vital importancia para el buen	

		8. Falta de recursos o interés para adquirirlo	<p>procesamiento de toda información. La empresa importadora no posee un sistema de costos debido a que se desconoce los beneficios del programa, a ello se suma la falta de recursos y la falta de interés por adquirirlo. Además de ello las computadoras son antiguas, en reiteradas ocasiones en plena labor las computadoras suelen apagarse y se vuelven lentas esto no facilita que se cumpla con una buena labor. En la empresa el cálculo del costo se realiza en Excel al ser manejado por un personal de poca experiencia y que está en pleno aprendizaje pueden alterar o modificar algunas fórmulas al momento de manipularlas o al momento de trabajar</p>	<p>múltiples funciones, esto se debe a que el empresario no invierte en capital humano a ello se suma además la escasez del personal contratado. Otro de los factores que puede estar influyendo es la falta de software y Harvard adecuado, pues en la empresa no se posee un sistema de costos una de las razones es por desconocimiento de los beneficios del programa y la falta de recursos o interés por adquirirlos. Las computadoras de la empresa sufren desperfectos a la hora de trabajar debido a la poca memoria que poseen, suelen apagarse o volverse lentas lo cual dificulta que se cumpla con una buena labor. Los costos se calculan en Excel debido a los problemas que presenta las máquinas y la falta de interés por cambiarlas o mejorarlas puede inferir en el cálculo del costo además de que el personal que lo elabora está en pleno aprendizaje y con poca experiencia, puede modificar en ese proceso las fórmulas establecidas de costos o no considerar algún costo adicional. Respecto a las ventas no son razonables 379,403 en relaciona la importación 1'299,797 debido a que</p>
	5. Las computadoras son antiguas y de poca memoria RAM	9. en plena labor la computadora sufre desperfectos por ejemplo apagarse		
		10. Se vuelven lentas eso no facilita que se cumpla una buena labor		
	6. el cálculo del costo en Excel	11. es manejado por un personal que está en aprendizaje y con poca experiencia		
		12. pueden modificar algunas fórmulas al manipularlas o al momento de trabajar		
C3. Ventas	7. No son razonables en relación a la importación	13. Porque posee un elevado crédito fiscal	<p>Las ventas no son razonables en relación a la importación debido a que vendió un importe en base imponible de 379,403 en todo el año y realizó importaciones por un importe</p>	
		14. Ventas muy bajas		
	8. bajos costos	15. Porque el gerente no le asigna un margen de utilidad		

		razonable a las mercaderías	de 1'299,797 y al cierre del ejercicio posee un crédito fiscal elevado por un importe de 783,679.	en los estados financieros y saldo PDT 12-2018 muestra un elevado crédito fiscal de 783,679. Además, que el importe de ventas es muy bajas en relación a la adquisición de mercaderías, en las boletas y facturas se observa que el gerente- dueño no interfiere cuando se vende al costo, no asigna un margen de utilidad a las mercaderías, esto puede deberse a que los precios reflejados en el invoice son bajos. Analizando el cálculo de los costos se puede inferir que el margen de utilidad es inadecuado porque no representa lo que usualmente muestra el mercado comercial que es del 30 % además que es inferior al de la competencia.
		16. Los costos reflejados en el invoice son bajos	Así mismo en las facturas y las boletas de venta se observa que las prendas de vestir los venden a muy bajo costo esto porque la oficina de contabilidad le entrega al gerente- dueño los costos como punto de equilibrio y sobre ellos no adiciona un margen de utilidad	
	9. margen de utilidad inadecuado	17. es menor al 30%	razonable, se puede inferir que el gerente asume que está incluido utilidad en los costos que se le entrega debido a que en el invoice los costos originales de las mercaderías son muy bajos.	
		18. Es inferior al de la competencia	El margen de utilidad asignado es demasiado bajo, debido que es inferior al 30 % que es lo razonable en una empresa. Así mismo los precios de venta son inferiores a los de la competencia	Otro factor imprescindible es el dueño debido a que dirige la empresa, no tiene fluidez y comprensión del idioma español debido a que es coreano y existe una escasa comunicación con el contador y se puede aducir que no entiende muy bien las sugerencias y asesoría que le brinda el contador. Pues es por orden del mismo gerente- dueño que el personal vende al costo entregado en
C4. Dueños-empresario		19. El gerente – dueño es coreano	El empresario no tiene fluidez en el idioma español debido a	

	10. No tienen fluidez en el idioma español	20. Existe una escasa comunicación con el contador.	<p>que es coreano por ello existe una escasa comunicación con el contador o no le entiende cuando le explica.</p> <p>La empresa vende al costo referente que se calcula en la oficina de contabilidad. El contador no está obligado a decir a qué precio debe vender el dueño cada mercadería solo informa los costos de las mercaderías importadas.</p> <p>El gerente-dueño es el que toma las decisiones respecto al margen de ganancia de acuerdo al mercado, se puede aducir que el dueño no está capacitado respecto a los precios que debe vender sus mercaderías. Debería contratar a un gerente que para que genere mayor utilidad en la empresa.</p>	<p>el kardex, se puede inferir que lo hace aduciendo que el contador entrega un precio establecido lo cual es incorrecto pues el contador no está obligado a entregar un precio determinado al empresario pero si sus costos aceptados por ley, el dueño es la persona que toma las decisiones en la empresa por lo que se observa que no está capacitado para ejercer gerencia en su empresa, debido a que desconoce aún las leyes de nuestro país y no está capacitado respecto a los precios que debe vender sus mercaderías no porque no le asesora el contador si no que es un problema de desconocimiento y falta de comprensión del léxico peruano, por ello se debería contratar un tercero como gerente para que se pueda mejorar la situación económica de la empresa ya que tiene pocos años en el mercado.</p>
	11. Vende al costo o costo referente que se le calcula en la oficina de contabilidad	21. Por la formación que tiene el dueño coreano se ciñe solo a la información que se le brinda que es el costo		
		22. El contador no está obligado a calcular los precios con los que debe vender en la empresa		
	12. Toma las decisiones	23. No está bien capacitado respecto a los precios que debe vender sus mercaderías		
		24. Debería contratar un tercero como gerente		

Matriz de antecedentes

Datos del antecedente 1: Internacional		
Título	Los costos de producción y la fijación de los precios de venta en la empresa Impactex.	Metodología

Autor	Lisette Adriana Jácome Jácome	Tipo	Descriptiva
Año	2015	Enfoque	
Objetivo	Estudiar la incidencia de los costos de producción en la fijación del precio de venta para la determinación real de la utilidad en la empresa Impactex.	Diseño	
Resultados	Puntuación t tabular (tt) es 1,94 y t calculado (tc) es 3.29, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la de investigación que dice Los costos de producción inciden en la fijación del precio de venta de la empresa IMPACTEX	Método	
		Población	El personal que está involucrado con el área de la empresa Impactex. población de tipo finita
		Muestra	(9) Personal del área contable, de costos, (6) personal área de ventas y de marketing
		Técnicas	Observación, la entrevista, la encuesta, el test y el experimento
		Instrumentos	Cuestionario y lista de verificación
Conclusiones	-La empresa no cuenta con información veraz de los costos incurridos durante el proceso productivo, lo que imposibilita la correcta la fijación del precio de venta. A la vez la Empresa no cuenta con un adecuado control de Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa y Costos Generales de Fabricación; lo que no permite conocer la cantidad de recursos empleados en la producción y el costo que generan los mismos.	Método de análisis de datos	Estadística descriptiva

	- No cuentan con un sistema definido para la fijación del precio de venta, que permita obtener información acerca de su variabilidad y sirva de patrón para verificar su comportamiento a través de la determinación del margen de utilidad.		
Redacción final al estilo Tesis (10 líneas)	<p>Jácome (2015) realizó el trabajo de investigación sobre <i>Los costos de producción y la fijación de los precios de venta en la empresa IMPACTEX</i>, con el objetivo de verificar la incidencia de los costos de producción en la fijación del precio de venta para determinar la utilidad real de la empresa de estudio, la investigación es de tipo descriptivo con una población constituida por el personal de la empresa y es de tipo finita de las que obtuvo como muestra a 9 personas del área contable, costos y 6 personas del área de ventas y de marketing, las técnicas que aplicó son la observación, la entrevista, la encuesta, el test y el experimento, para lo cual elaboro el Cuestionario y lista de verificación, para el análisis de los datos se usó la estadística descriptiva, los resultados obtenidos mediante la puntuación t tabular (tt) es 1,94 y t calculado (tc) es 3.29, por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta que los costos de producción inciden en la fijación del precio de venta de la empresa IMPACTEX. Después de analizar la investigación se concluye que el ente no cuenta con información real respecto a los costos que incurre durante el proceso de producción, ello imposibilita que se fije adecuadamente los precios de venta. Del mismo modo se observó que la empresa no cuenta con un adecuado control de la Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa y Costos Generales de Fabricación; por ello no se conoce con exactitud la cantidad de recursos empleados para la producción y los costos que estos generan. Así mismo se concluye que la empresa no cuenta con un sistema definido para para que se pueda fijar los precios y que le permita la obtención de información sobre su variabilidad y esto sirva de patrón para analizar el comportamiento de la mercadería a través de la determinación de ganancia.</p>		
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	<p>Jácome (2015) confirmó que los costos de fabricación inciden en el establecimiento de los precios de venta en la empresa IMPACTEX por lo que concluye que esto sucede debido a que el ente no cuenta con información real en cuanto a los costos que incurre en la etapa de producción, lo cual imposibilita que se fije un precio de venta correcto. Debido a que la empresa no lleva un buen control de sus costos directos e indirectos. Por ello no se conoce correctamente los recursos que emplea en la producción y lo más resaltante es que no conoce el costo que le ha generado los mismos. Por último, se concluye que el ente no cuenta con un sistema para fijar los precios de venta.</p>		
Referencia (tesis)	<p>Jácome, L. (2015). <i>Los costos de producción y la fijación de los precios de venta en la empresa Impactex. (Tesis de título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría)</i>. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.</p>		

Datos del antecedente 2: Internacional			
Título	Incidencia de la fijación de precios de venta del producto en los niveles de competitividad de las MIPYMES productoras de Tabaco en el municipio de Estelí, ciclo productivo 2015.	Metodología	
Autor	Heydi Patricia Flores Casco	Tipo	Correlacional
Año	2016	Enfoque	Mixto
Objetivo	Valorar la incidencia de la fijación de precios de venta del producto en los niveles de competitividad de las MIPYMES productoras de Tabaco en el municipio de Estelí, ciclo productivo 2015.	Diseño	
Resultados	Los resultados indican que para las MIPYMES productoras de tabaco los factores principales que intervienen en la fijación del precio de venta son los costos de producción y el cliente, quien ejerce un poder de negociación en el precio del producto, afectando su entorno competitivo y su capacidad para alcanzar la rentabilidad. El precio se ve condicionado por la calidad del producto, para los productores es importante obtener la mejor calidad para poder alcanzar un buen precio de venta, que les permita obtener la rentabilidad deseada, poder mejorar su capacidad tecnológica y	Método	
		Población	54 fincas productoras de tabaco
		Muestra	17 MIPYMES productoras de tabaco
		Técnicas	-Entrevista -Encuesta -Observación
		Instrumentos	-Guía de entrevista -Cuestionario -Observación documental

	<p>productiva para llegar a ser competitivas en las condiciones del mercado actual. Para que una MIPYME sea competitiva debe ofrecer su producto a un precio que le permita cubrir los costos de producción y obtener un rendimiento sobre el capital invertido. Las MIPYMES productoras de tabaco están a merced de las fábricas en términos de calidad y precio, lo cual las hace menos competitivas.</p>		
Conclusiones	<p>-Una MIPYME es competitiva en precios cuando tiene la capacidad de ofrecer su producto a un precio que le permite cubrir los costos de producción y obtener un rendimiento sobre el capital invertido. La fábrica ejerce un poder de negociación con las MIPYMES productoras de tabaco y esto afecta su entorno competitivo e influye en la capacidad de esta para alcanzar la rentabilidad. Las MIPYMES productoras de tabaco están a merced de las fábricas en términos de calidad y precio, lo cual las hace menos competitivas.</p>	Método de análisis de datos	Estadística descriptiva e inferencial
Redacción final al estilo Tesis (10 líneas)	<p>Flores (2016) investigó sobre la <i>Incidencia de la fijación de precios de venta del producto en los niveles de competitividad de las MIPYMES productoras de Tabaco en el municipio de Estelí, ciclo productivo 2015</i>, con el objetivo de Valorar la incidencia de la fijación de precios de venta del producto en los niveles de competitividad de las MIPYMES, la indagación es de tipo correlacional bajo el enfoque mixto, su población estuvo constituida por 54 fincas que producen tabaco, determinando como muestra a 17 Mipymes, las técnicas aplicadas son la entrevista , la encuesta y la observación para lo cual se elaboró instrumentos como la guía de entrevista, el cuestionario, observación documental, para el análisis de datos se aplicó la estadística descriptiva e inferencial. Se</p>		

	<p>obtuvo como resultados que para las MIPYMES dedicadas a producir tabaco uno de los factores primordiales que intervienen para la determinar el precio de venta son los costos de producción y el cliente, quienes ejercen un poder de negociación en el precio del producto, esto afecta el entorno competitivo, la capacidad para alcanzar la rentabilidad. Del mismo modo se observó que el precio se ve condicionado por la calidad del producto, por ello para los productores cobraría vital importancia el obtener productos de buena calidad y de esta forma alcanzar un adecuado precio de venta, que les permita obtener la rentabilidad deseada, poder mejorar su capacidad tecnológica y productiva para llegar a ser competitivas según las condiciones del mercado. En conclusión, las empresas Mipymes serán competitivas en precios cuando tengan la capacidad de ofrecer un producto a un precio que le permite cubrir los costos de producción y obtener un rendimiento sobre el capital invertido. En virtud de los resultados la fábrica ejerce un gran poder de negociación con las MIPYMES por esta razón se ven afectados en el ámbito competitivo y la capacidad para obtener los resultados deseados. Razón por la cual se observó que las MIPYMES productoras de tabaco están a merced de las fábricas en cuanto a la calidad y el precio, esto hace que las empresas sean menos competitivas.</p>
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	<p>Flores (2016) investigó que los costos de la producción y el cliente son elementos fundamentales para la determinación de los precios de venta en las MIPYMES que producen tabaco, asimismo la calidad del producto es una condicionante del precio, es fundamental que los productores mejoren la calidad para poder lograr un adecuado precio de venta, para poder obtener la rentabilidad deseada y por ende mejorar la capacidad de la producción y la tecnología. En consecuencia, una MIPYME será competitiva cuando obtenga la capacidad de determinar sus costos y un buen precio para obtener mejores ganancias.</p>
Referencia (tesis)	<p>Flores, H. (2016). <i>Incidencia de la fijación de precios de venta del producto en los niveles de competitividad de las MIPYMES productoras de Tabaco en el municipio de Estelí, ciclo productivo 2015. (Tesis de Máster en Gestión, Sostenibilidad y Calidad de las MIPYMES)</i>. Estelí: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.</p>

Datos del antecedente 3: Internacional

Título	Políticas para la fijación de precios de venta como base para la generación de valor.	Metodología
--------	---------------------------------------------------------------------------------------	-------------

Autor	Jair Albeiro Osorio Agudelo, María Isabel Duque Roldán, Luis Fernando Gómez Montoya.	Tipo	
Año	2015	Enfoque	
Objetivo	<p>En las siguientes líneas se realizará un compendio explicativo e ilustrativo de las diferentes estrategias que pueden utilizar las empresas para la fijación adecuada de sus precios de venta que le sirvan de guía en su deseo permanente de alcanzar adecuados niveles de rentabilidad y por lo tanto generen valor para las mismas.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Precios basados en los costos -Precios basados en los precios de la competencia o del mercado -Precios regulados -Precios basados en el cliente -Precios definidos por el canal de distribución 	Diseño	
Resultados		Método	
		Población	
		Muestra	
		Técnicas	
		Instrumentos	
Conclusiones	-En un mercado altamente competitivo, las empresas necesitan establecer objetivos de	Método de análisis de datos	

	<p>precios alcanzables, realistas y mesurables que aseguren la efectividad de la estrategia de la compañía y su generación de valor.</p> <p>-Los objetivos de las empresas deben orientar una adecuada estrategia de precios que incida en la rapidez en la generación de ingresos, la penetración de mercados, la imagen de los productos y de la empresa, la liquidez y rentabilidad.</p> <p>-Las diferentes estrategias para la determinación de precios utilizadas por las empresas, deben ser éticas, responsables y legales, es decir, las estrategias de precios no deben generar competencias desleales o atentar contra la legislación del país donde se opere o contra la misma industria.</p>		
<p>Redacción final al estilo artículo (5 líneas)</p>	<p>Osorio, Duque & Gómez (2015) publicaron un artículo en el que detallan las políticas para el establecimiento del precio de venta basados en los costos, en los precios de la competencia o del mercado, precios regulados, basados en el cliente, definidos por el canal de distribución. Asimismo, explican las diferentes estrategias que pueden aplicar los empresarios para la fijación adecuada de los mismos y que sean guía para obtener mayores niveles de rentabilidad. En conclusión, en un mercado muy competitivo, los entes requieren fijar objetivos en precios, que cumplan ciertas características para el cliente, por ello deben ser asequibles, realistas y mesurados que aseguren la generación de utilidades. Además, las empresas deben estar fijados hacia una buena estrategia de precios que repercuta en la rapidez para generar ingresos, que permita la inserción en los mercados objetivos, que coopere en la imagen de los productos y sobre todo de la empresa, asimismo genere mayor rentabilidad y liquidez. Finalmente, los precios no deben ser desleales, por el contrario, deben ser legales, determinados con responsabilidad y ética.</p>		
<p>Referencia (tesis)</p>	<p>Osorio, J., Duque, M., & Gómez, L. (2015). Políticas para la fijación de precios de venta como base para la generación de valor. <i>Universidad de Antioquia(Colombia)</i>, 1-14. Obtenido de http://intercostos.org/documentos/apellidos/Osorio%202.pdf</p>		

Datos del antecedente 4: Internacional

Datos del antecedente 4: Internacional			
Título	Contabilidad de costos en el marco de la Ley de Costos y Precios Justos	Metodología	
Autor	Morillo Moreno, Marysela Coromoto	Tipo	
Año	2013	Enfoque	
Objetivo		Diseño	
Resultados	Ante la entrada en vigencia y la aplicación de la Ley de Costos y Precios Justos y del funcionamiento del sistema automatizado de administración de precios (SISAP), conviene exponer las implicaciones, la participación y los aportes a realizar por la contabilidad de costos en el ámbito de aplicación y cumplimiento de la mencionada Ley, específicamente en las etapas de notificación de precios y de costos, del Registro Nacional de Precios de Bienes y Servicios; con miras a difundir y facilitar el cumplimiento de esta normativa legal.	Método	
		Población	
		Muestra	
		Técnicas	
		Instrumentos	
Conclusiones	Se concluye que la información a ser suministrada, para ser utilizada de forma confidencial y sujeta a verificación, ante la Superintendencia Nacional de Costos y Precios, debe ser la reportada por el sistema de contable de la empresa, la cual debe estar actualizada; la estructura de costos a ser informada es similar a la	Método de análisis de datos	

	concebida por la contabilidad de costos convencional (costos directos e indirectos de la transformación o prestación del servicio y gastos generales de la empresa), atendiendo las regulaciones establecidas por las Normas Internacionales de Información Financiera para Pymes y la normativa legal vigente de Impuesto Sobre la Renta.		
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Morillo (2013) explicó sobre el Decreto de ley N° 8.331 en esta ley se regula la Ley de costos, de los precios justos además del funcionamiento del sistema de administración de precios (SISAP), menciona que esta ley establece las regulaciones, mecanismos para la administración y estabilidad de los precios por ello que es conveniente conocer las implicancias, el cumplimiento por ello se elaboró el artículo con el objetivo de difundir y facilitar para el cumplimiento de esta ley. En conclusión, la información que se suministra es para ser utilizada en forma confidencial y está sujeta a verificación, en primer término, debe reportarse por el sistema contable que posee la empresa, lo cual debe estar actualizada.		
Referencia (tesis)	Morillo, M. (2013). Contabilidad de costos en el marco de la Ley de Costos y Precios Justos. <i>Visión Gerencial</i> , 1-19.		

Datos del antecedente 5: Internacional			
Título	El control de costos y la determinación del precio de venta en la empresa 3W Moncayo´s Garden	Metodología	
Autor	Solís Freire Carmen Gissela	Tipo	Exploratorio, descriptiva, explicativa, correccional.
Año	2014	Enfoque	Mixto
Objetivo	Analizar la incidencia del control de costos en la determinación del precio de venta en	Diseño	

	la empresa 3W Moncayo´s Garden, para la toma de decisiones.		
Resultados	<p>-El control de costos si incide significativamente en la determinación del Precio de venta en la empresa 3W .Moncayo´s Garden.</p> <p>-La mayor parte del personal encuestado, dice que la empresa no calcula de forma constante los costos.</p> <p>-El 40% del personal manifiesta que no hay una persona que se encargue del control de materiales, esto se debe a que la persona que generalmente se encargada de esto tiene otras funciones.</p> <p>-Los precios de venta son establecidos en función del mercado y que estos se mantienen fijos por varios años.</p> <p>-El personal manifiesta que no posee documentos que respalde el cálculo del precio en base al costo de los productos, esto se debe que desde el año anterior el precio de venta es establecido de acuerdo al mercado.</p>	Método	
		Población	El personal encargado de la parte administrativa, contable y parte del personal de producción de la empresa
		Muestra	10 personas del departamento administrativo, contable y parte del personal de producción
		Técnicas	Encuesta
		Instrumentos	Cuestionario
Conclusiones	<p>-Se concluye que la inadecuada determinación del costo del producto se presenta porque no manejan un sistema de costeo y no poseen documentos que respalde los costos utilizados.</p> <p>-Se concluye que la metodología utilizada para determinar el precio de venta de los productos es en base al mercado.</p>	Método de análisis de datos	La revisión y tabulación de las preguntas planteadas a través del programa Excel 2010, a través de método Puntuación t.

	-La empresa no realiza análisis de precios de forma constante, esto se justifica con que los precios están estables en el mercado, es decir no hay aumentos, a pesar que el precio de los materiales utilizados tiene incrementos.		
Redacción final al estilo Tesis (10 líneas)	Solís (2014) investigó sobre <i>El control de costos y la determinación del precio de venta en la empresa 3W Moncayo´s Garden</i> , con el objetivo de analizar la incidencia del control de costos en la determinación del precio, para la toma de decisiones, la investigación es de tipo exploratorio, descriptiva, explicativa, correccional. Se desarrolló bajo el enfoque mixto, su población estuvo constituido por el personal de producción, administrativo y contable de la empresa, se determinó como muestra a 10 personas de las áreas en mención, la técnica es la encuesta, el instrumento aplicado es el cuestionario, para analizar los datos se utilizó en programa Excel 2010 a través de método Puntuación t. Obteniendo como resultado que el control de costos si incide significativamente en la determinación del precio de venta en la empresa debido a que la mayoría de los entrevistados afirmo que en la empresa no se calcula constantemente los costos, el 40% manifestó que no hay un personal específico que se encargue del control de materiales, se observó que los precios de venta se establecen en función al mercado por ello se mantienen fijos por varios años. También mencionaron que la empresa no posee documentos que sustenten el costo del producto. En conclusión, en la empresa en análisis el precio se determina en base al mercado y no realiza un análisis constante, por ello el precio es estable a pesar que los materiales utilizados incrementan su valor, por último, la inadecuada determinación del costo del producto surge debido a que la empresa no posee un sistema de costos además de ello posee documentos que respalden los costos utilizados.		
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Solís (2014) verificó que el control de costos si incide en el establecimiento del precio de venta debido a que en la empresa no se determina asiduamente los costos, el 40% de los encuestados manifestó que no existe una persona encargada del control de los materiales, además de que no se cuenta con documentos sustentatorios respecto a los costos de los materiales, el precio se establece en función al mercado por ende se mantienen fijos por muchos años. En consecuencia, el incorrecto establecimiento de los costos del producto se da porque no se maneja un adecuado sistema de costeo a ello se suma la falta de documentación que sustente los costos utilizados. Asimismo, se observa que la metodología que aplica la empresa para establecer sus precios es referente al mercado.		
Referencia (tesis)	Solís , F. (2014). <i>El control de costos y la determinación del precio de venta en la empresa 3W Moncayos´s Garden. (Tesis de título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría)</i> . Ambato: Universidad Técnica de Ambato.		

Datos del antecedente 1: Nacional			
Título	Costos de importación y el precio de venta en las empresas importadoras de repuestos para vehículos en el distrito de los Olivos, año 2018	Metodología	
Autor	Rosales Montalvo, Luz Elena	Tipo	Básica
Año	2018	Enfoque	Cuantitativo
Objetivo	Determinar de qué manera los costos de importación se relacionan con el precio de venta en las empresas importadoras de repuestos para vehículos en el distrito de Los Olivos, año 2018.	Diseño	No experimental de corte transversal
Resultados	Los costos de importación se relacionan con el precio de venta en las empresas importadoras de repuestos para vehículos en el distrito de Los Olivos, año 2018. El 26% de los encuestados respondieron que casi siempre el no considerar el flete como parte del costo de importación altera la determinación del precio de venta, debido a que es imprescindible que la empresa conozca sus costos para poder fijar los precios de venta. El 55.77% consideran que la oferta del mercado siempre forma parte del análisis para establecer el precio de venta del producto y el 88.46% respondieron que siempre o casi siempre es porque consideran que la demanda del	Método	
		Población	60 empresas importadoras
		Muestra	52 trabajadores del área de logística, contabilidad o administración
		Técnicas	Encuesta
		Instrumentos	Cuestionario

	mercado forma parte del análisis para establecer el precio de venta del producto.		
Conclusiones	Se concluye que los costos de importación se relacionan positivamente al precio de venta en las empresas importadoras de repuestos para vehículos en el distrito de Los Olivos, año 2018. Concluyendo que el valor CIF se relaciona positivamente con el precio de venta, concluyendo que los gastos adicionales de importación se relacionan positivamente con el precio de venta.	Método de análisis de datos	
Redacción final al estilo Tesis (10 líneas)	Rosales (2018) investigó sobre los <i>costos de importación y el precio de venta en las empresas importadoras de repuestos para vehículos en el distrito de los Olivos, año 2018</i> , con el objetivo de determinar de qué manera los costos de importación se relacionan con el precio de venta en las empresas importadoras de repuestos para vehículos en la empresa en mención en el año 2018, la investigación es tipo básica con un enfoque cuantitativo, bajo el diseño no experimental de corte transversal, su población estuvo constituida por 60 empresas importadoras, de las que se seleccionó una muestra de 52 trabajadores del área de logística, contabilidad y administración, la técnica seleccionada es la encuesta, para ello se elaboró como instrumento el cuestionario. De los resultados obtenidos se muestra que el 26% de los encuestados respondieron que el flete siempre debe considerarse parte de los costos de importación debido a que influye en los costos y por ende en la determinación del precio de venta. El 55.77% respondió que la oferta del mercado casi siempre forma parte de la referencia para establecer el precio de venta y el 88.46% mencionan que la demanda del mercado también parte de la referencia para establecer el precio de un producto. Por ende, los costos de importación se relacionan con el precio de venta en las empresas importadoras de repuestos para vehículos. En conclusión, el valor CIF se relaciona de manera positiva precio de venta, por ende, los gastos adicionales de importación se relacionan positivamente con el precio de venta. Por último, los costos adicionales de importación se relacionan positivamente con el precio de venta de las empresas importadoras de repuestos para vehículos.		
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Rosales (2018) determinó que los costos adicionales, como el flete de importación en 26%, la oferta en un 55.77% y demanda de mercado 88.46% se relacionan positivamente con la determinación de los precios, de una empresa importadora de repuestos para vehículos en el distrito de los Olivos, en el año 2018. Por consiguiente, el valor CIF		

	se relaciona positivamente para la determinación del precio, asimismo los gastos referentes a la importación se relacionan con el precio de venta.
Referencia (tesis)	Rosales, L. (2018). <i>Costos de importación y el precio de venta en las empresas importadoras de repuestos para vehículos en el distrito de los Olivos, año 2018. (Tesis de título de Contador Público)</i> . Lima: Universidad César Vallejo.

Datos del antecedente 2: Nacional			
Título	Sistema de costos por órdenes y su influencia en la fijación de precios de venta en la empresa Multiservicios Asaqui E.I.R.L., Pacasmayo, 2016.	Metodología	
Autor	Carlos Henry Iván Javier Ulfe	Tipo	Pre Experimental
Año	2016	Enfoque	
Objetivo	Mostrar que el sistema de costos por órdenes influye en la fijación de precios de venta en la empresa Multiservicios Asaqui E.I.R.L, de la ciudad de Pacasmayo, 2016.	Diseño	
Resultados	Se muestra que el sistema de costos por órdenes influye en la fijación de precios de venta, ya que se pudo conocer el costo de producción real de los productos solicitados en el mes, y luego de determinar los precios de venta de acuerdo al sistema de costos por órdenes se observó que existe diferencia con respecto a los precios fijados antes de aplicar el sistema de costos por órdenes.	Método	
		Población	Todas las empresas del rubro de carpintería de la ciudad de Pacasmayo
		Muestra	Empresa Multiservicios Asaqui E.I.R.L.
		Técnicas	-Observación -Entrevista
		Instrumentos	Guía de entrevista

Conclusiones	<p>-Al determinar los costos de producción con el sistema de costos por órdenes, la empresa puede conocer sus costos de producción reales, teniéndolo como base para poder fijar sus precios. Para este caso se observó que los costos de producción aplicando el sistema de costos por órdenes son menores a los costos determinados por la empresa de forma empírica.</p> <p>- Se conoció el costo de producción real por el sistema de costos por órdenes; así mismo se tiene conocimiento de los gastos administrativo y los gastos de venta que se incurren para poner en marcha las operaciones de la empresa, ya que, sabiendo el costo de producción y los gastos administrativo y de venta, se podrá fijar el precio cumpliendo con el método del costo total.</p>	Método de análisis de datos	La investigación se iniciará con un análisis y observaciones en el taller de la empresa. Una vez aplicado el sistema de costos por órdenes, se observará y analizará los costos de producción real para comparar con los costos estimados por la empresa.
Redacción final al estilo Tesis (10 líneas)	<p>Javier (2016) realizó la investigación sobre el <i>Sistema de costos por órdenes y su influencia en la fijación de precios de venta en la empresa Multiservicios Asaqui E.I.R.L., Pacasmayo, 2016.</i> con el objetivo de demostrar que el sistema de costos por órdenes influye en la fijación de precios de venta, la investigación es tipo pre experimental, en la que posee como población todas las empresas de carpintería de la ciudad de Pacasmayo, para la investigación se tomó como muestra a la empresa Multiservicios Asaqui E.I.R.L., las técnicas aplicadas son la observación y la entrevista, se elaboró como instrumento la guía de entrevista, el método de análisis de datos se inició con análisis y observación en el taller de la empresa, también se aplicó el sistema de costos por órdenes para poder comparar los costos estimados por la empresa. Se comprobó que el sistema de costos por órdenes influye en la fijación de precios de venta, debido a que al aplicar el sistema de costos y comparar con los precios fijados empíricamente existe una diferencia notable. Por último, al determinar los costos de producción con el sistema de costos por órdenes, la empresa conoció los costos reales en los que incurre para producir sus productos, y esto permitirá tener</p>		

	como base para fijar sus precios. Además, se observó que los costos de producción determinados por el sistema son inferiores a los costos estimados por la empresa.
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Javier (2016) comprobó que al aplicar un sistema de costos influye en el establecimiento de los precios, en efecto al aplicar el sistema de costos por órdenes y comparar con los precios fijados en la empresa existe una diferencia esto demuestra que un sistema de costos permite determinar de manera más exacta los costos de producción. En conclusión, los costos determinados por el sistema permitieron al ente conocer los costos reales en los que incurrió para producir y esto quedará como base para establecer los precios. Además, se observó que los costos de producción determinados por el sistema son menores a los costos estimados por el ente.
Referencia (tesis)	Javier, C. (2016). <i>Sistema de costos por Órdenes y su influencia en la fijación de precios de venta en la empresa multiservicios Asaqui E.I.R.L, Pacasmayo, 2016. (Tesis de título profesional de contador público).</i> Trujillo: Universidad Privada del Norte.

Datos del antecedente 3: Nacional			
Título	Régimen aduanero y la determinación del precio de venta en las empresas importadoras de equipos médicos en el cercado de Lima, 2017.	Metodología	
Autor	Carbajal Quispe Ivonne	Tipo	
Año	2017	Enfoque	
Objetivo	Demostrar de qué manera el régimen aduanero determine el precio de venta en las empresas importadoras de equipos médicos en el Cercado de Lima, 2017.	Diseño	No experimental transversal
Resultados	observa que la mayoría de los profesiones trabajadores conocen cuales son los gastos que se incurren en una importación y son	Método	
		Población	439 empresas dedicadas al rubro de comercialización e

	<p>pocos los trabajadores que señalan que no conocen cuales son los gastos que se debe utilizar para la determinación del precio de venta, a pesar de que los trabajadores tienen el conocimiento de que todos los gastos generados en una importación siempre se deben considerar para la determinación del precio de venta no lo ejecutan y eso se debe a que las empresas del rubro de importación prefieren enfocarse en no perder el certificado de BPA y el certificado de droguera y dejan en segundo plano los gastos que se consideran para que puedan obtener más ganancias.</p> <p>-la mayor parte de los trabajadores encuestados conocen y señalan que lo adecuado para determinar el precio de venta es utilizar el precio Satu Quo mientras que algunos trabajadores señalan que es lo adecuado que coloquen ese precio, pero desconocen el significado de esa estrategia</p>		importación de equipos médicos en el Cercado de Lima
		Muestra	64 personas de las diferentes áreas
		Técnicas	-Encuesta -Análisis documental
		Instrumentos	El cuestionario
Conclusiones	-Concluyó que el régimen aduanero se relaciona con el precio de venta, por lo que el resultado obtenido ayudara a tener en claro que es necesario considerar todos los gastos incurridos en la importación y de esta manera se pueda determinar un precio de venta real.	Método de análisis de datos	Para el procesar de los datos se utilizará el Software Estadístico SPSS versión 22, también se podrá calcular el coeficiente de Alfa de Cron Bach y la prueba de hipótesis – Coeficiente Rho de spearman

	<p>-De acuerdo a los resultados de la presente investigación se concluye que los empresarios y trabajadores de las empresas importadoras de equipos médicos en Cercado de Lima conocen las obligaciones aduaneras y gastos que se incurren en una importación sin embargo no lo toman en cuenta. Asimismo, no consideran los gastos incurridos para la determinación del precio de venta teniendo como consecuencia menores ganancias.</p>		
<p>Redacción final al estilo Tesis (10 líneas)</p>	<p>Carbajal (2017) investigó sobre <i>Régimen aduanero y la determinación del precio de venta en las empresas importadoras de equipos médicos en el mercado de Lima, 2017</i>, con el objetivo de demostrar de qué manera el régimen aduanero determina el precio de venta en las empresas importadoras de equipos médicos, el diseño de la investigación es no experimental transversal constituida por una población de 439 empresas dedicadas al rubro de comercialización e importación de equipos médicos en el Cercado de Lima, de las cuales se determinó como muestra a 64 personas de las diferentes áreas, las técnicas para la recolección de datos son la encuesta y el Análisis documental, para ello se elaboró como instrumento el cuestionario y para el análisis de los datos se utilizó el Software Estadístico SPSS, asimismo se calculó el coeficiente de Alfa de Cron Bach y la prueba de hipótesis – Coeficiente Rho de spearman. En la investigación se obtuvo como resultado que la mayoría de los profesionales que trabajan en las empresas conocen cuales son los gastos en los que incurren al realizar la importación y pocos señalaron desconocer sobre los gastos que se debe incluir en la determinación del precio de venta, si bien es cierto que la gran mayoría de los trabajadores conocen los gastos relacionados la importación además de que estos deben considerarse para determinar el precio de venta no lo aplican debido a que no las empresas de este rubro prefieren no perder el certificado de BPA y el certificado de droguera y dejan en segundo plano que los gastos relacionados a la importación al considerarlos en sus costos puede mejorar sus utilidades. Además, la gran mayoría de los encuestados señalan conocer que lo adecuado para determinar el precio de venta es aplicar la estrategia Satu Quo mientras que algunos trabajadores desconocen de la estrategia. En virtud de los resultados se puede afirmar que el régimen aduanero se relaciona con el precio de venta, asimismo mediante la investigación se ayudara a tener en cuenta que es imprescindible y necesario que se considere todos los gastos incurridos en la importación para que puedan determinar un precio de venta real. Por último, se concluye que tanto los trabajadores y empresarios de las</p>		

	empresas importadoras de equipos médicos en Cercado de Lima tienen conocimiento sobre las obligaciones aduaneras y sobre los gastos que se incurren en la importación, sin embargo, no lo consideran para determinar los precios por ende obtienen menos utilidades.
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Carbajal (2017) demostró que la mayoría de los profesionales que trabajan en las empresas importadoras de equipos médicos en el Cercado de Lima, conocen los gastos en los que incurren al realizar la importación. Así mismo que estos gastos deben considerarse para determinar el precio de venta, pero no lo aplican debido a que las empresas de este rubro prefieren no perder el certificado de BPA y el certificado de droguera. En gran mayoría de los encuestados conocen sobre la estrategia Satu Quo para fijar el precio de venta y en menor proporción desconocen de la estrategia. En conclusión, se puede afirmar que existe una relación directa entre el régimen aduanero y el precio de venta, asimismo mediante la investigación se ayudará a tener en cuenta que es necesario que se considere todos los gastos con relación a la importación para que puedan determinar un precio adecuado. Además, se concluye que tanto los trabajadores y empresarios de las empresas que importan equipos médicos en Cercado de Lima tienen conocimiento sobre las obligaciones aduaneras y sobre los gastos incurridos respecto a la importación, sin embargo, no lo consideran para determinar los precios por ende obtienen menos ganancia.
Referencia (tesis)	Carbajal, I. (2017). <i>Régimen aduanero y la determinación del precio de venta en las empresas importadoras de equipos médicos en el cercado de Lima, 2017.</i> (Tesis de título profesional de Contador Público). Lima: Universidad César Vallejo.

Datos del antecedente 4: Nacional			
Título	Estrategias de fijación de precios y la decisión de compra en la empresa Promart home center de la ciudad de Huancayo - 2017	Metodología	
Autor	Chahua Terán, Verónica	Tipo	
Año	2017	Enfoque	Cuantitativo
Objetivo	Determinar de qué manera las estrategias de fijación de precios se relaciona con la decisión de compra en la empresa Promart	Diseño	No Experimental

	Home Center de la ciudad de Huancayo-2017.		
Resultados	<p>Se puede observar que el 48.16% a veces cree que pagó un precio razonable por el producto que compró, el 56.84% le pareció que el producto presentaba un precio económico y el 39.74% de nuestros encuestados comparan los precios de la empresa Promart Home Center con otros establecimientos.</p> <p>Respecto a las estrategias de fijación de precios dentro de la empresa son decisiones tomadas en conjunto con el área comercial. Muchas veces los jefes de línea deciden subir o bajar precios revisando sus indicadores de venta, margen y contribución. Puede ser que un producto sea elástico al precio y bajándolo un poco reduzca el margen de ganancia, pero aumenta el nivel de venta. Los precios también varían por subida de costos del proveedor, (sobre todo el proveedor nacional) quien cambia sus costos, para mantener un margen aceptable, entonces procede a subir el precio en proporción. Normalmente esto ocurre a nivel global, por lo que no se desfasa de precio con respecto a la competencia. También se aplica la fijación de precios base por competencia, apoyados en el chequeo diario a la competencia, donde los</p>	Método	
		Población	Clientes varones y mujeres mayores de edad que hayan realizado al menos la compra de un producto en la Empresa Promart Home Center de la ciudad de Huancayo.
		Muestra	380 clientes por mes.
		Técnicas	-Encuesta -Entrevista al jefe del área de precios quien es responsable del tratamiento de precios en la empresa
		Instrumentos	-Cuestionario -Guía de entrevista

	controladores de precio en cada provincia que se encargan de levantar información, esta información llega a precios central donde tomamos la decisión de igualar, siguiendo algunas reglas previamente revisadas con el área comercial.		
Conclusiones	Se determina que las estrategias de fijación de precios se relacionan con la decisión de compra en los clientes, como se puede observar en la contrastación de la hipótesis general; el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.479 y se encuentra dentro de una valoración moderada, es decir, corrobora la hipótesis general.	Método de análisis de datos	IBM Spss Statistics 2.2. y Excel
Redacción final al estilo Tesis (10 líneas)	<p>Chahua (2017) realizó la investigación sobre las <i>Estrategias de fijación de precios y la decisión de compra en la empresa Promart home center de la ciudad de Huancayo - 2017</i>, con el objetivo de determinar de qué manera las estrategias de fijación de precios se relaciona con la decisión de compra en la empresa Promart Home Center, la investigación se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo, con un diseño No Experimental, su población estuvo constituido por clientes femeninos y masculinos mayores de edad que compren al menos un producto en la Empresa, de los que determino una muestra de 380 clientes por cada mes, las técnicas que seleccionó son la encuesta y la entrevista al jefe del área de precios, los instrumentos aplicados para recolectar los datos son el Cuestionario y la guía de entrevista ,para el análisis de los datos se usó el sistema IBM Spss Statistics 2.2. Y programa Excel. Se obtuvo como resultado que el 48.16% de los encuestados cree que a veces pagaron precios razonables por su compra de un determinado bien, en un 56.84% de los adquirientes señalaron que los productos presentaban un precio económico y el 39.74% suelen comparar los precios con la de otros establecimientos comerciales. En lo que respecta a la fijación de precios son decisiones tomadas por el área comercial. Los jefes de línea en muchas oportunidades deciden bajar o subir los precios teniendo en cuenta los indicadores de venta o según los márgenes de contribución, asimismo influye los costos de los proveedores nacionales y el precio de la competencia. Se concluye que las estrategias de fijación de precios se relacionan con la decisión de adquisición en los clientes esto sustentado el coeficiente de correlación debido a que se determinó un valor de 0.479 que es un valor moderado que constata la hipótesis de la investigación.</p>		

Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Chahua (2017) determinó que el 48.16% de los clientes de la empresa Promart home center de la ciudad de Huancayo aducen haber pagado precios razonables mientras 56.84% señaló que los productos presentaban un precio económico y el 39.74% comparan los precios con otros centros comerciales. Asimismo, se verificó que en la decisión de los jefes de línea influyen los indicadores de venta o los márgenes de contribución, los proveedores, el precio de la competencia para bajar o subir sus productos. En conclusión, las estrategias para fijar los precios se relacionan con la compra de los clientes esto sustentado el coeficiente de correlación debido a que se determinó un valor de 0.479 que es un valor moderado que corrobora la hipótesis en la investigación.
Referencia (tesis)	Chahua, V. (2017). <i>Estrategias de fijación de precios y la decisión de compra en la empresa Promart Home Center de la ciudad de Huancayo - 2017. (Tesis de título de Administración de Empresas)</i> . Huánuco: Universidad de Huánuco.

Datos del antecedente 5: Nacional			
Título	Costo de Producción y determinación de precios en una empresa metalmecánica, Distrito Villa El Salvador, 2016	Metodología	
Autor	Lily Tantalean Tocto	Tipo	Básica o sustantiva
Año	2017	Enfoque	Cuantitativo
Objetivo	Determinar la relación entre el costo de producción y determinación de precios en una empresa metalmecánica, Distrito Villa El Salvador, 2016.	Diseño	No experimental
Resultados	Sí existe relación entre costo de producción y determinación de precios en una empresa metalmecánica, Distrito Villa El Salvador, 2016. Tal como lo certifica los estadísticos aplicados según la siguiente regla; p - valor (Sig.) < 0,05. En	Método	
		Población	La empresa Metalmecánica, en el distrito de Villa el Salvador - año 2016.
		Muestra	28 órdenes de trabajo.

	donde, al realizar la contratación de la hipótesis se obtuvo que el P-valor (Sig.) alcanzado de 0,000 es menor a 0,05 con un coeficiente de correlación Rho de Spearman muy alto de 0,959.	Técnicas	Recolección de información
		Instrumentos	Base de datos observables.
Conclusiones	Se determinó que sí existe relación entre el costo de producción y determinación de precios en una empresa metalmecánica, Distrito Villa El Salvador, 2016; porque al obtener el costo real de producción a través de un adecuado proceso de costos, entonces podemos definir cuanto es el beneficio que la empresa desea obtener para así determinar el precio de su producto ó servicio.	Método de análisis de datos	El Software SPSS versión 22.00.
Redacción final al estilo Tesis (10 líneas)	Tantalean (2017) indagó sobre el <i>Costo de Producción y determinación de precios en una empresa metalmecánica, Distrito Villa El Salvador, 2016</i> , con el objetivo de determinar la relación entre el costo de producción y determinación de precios en una empresa metalmecánica., la investigación es de tipo básica o sustantiva, se desarrolló bajo el enfoque Cuantitativo, con un diseño no experimental, teniendo como población a la empresa Metalmecánica, se tomó como muestra 28 órdenes de trabajo, la técnica es la recolección de información, el instrumento es l observación de la base de datos de la empresa, para el análisis de la información se usó el Software SPSS versión 22.00. En la investigación se obtuvo como resultado que sí existe relación entre costo de producción y la determinación de precios en una empresa metalmecánica esto sustentado en los resultados y cumpliendo con la regla de estadística donde p - valor (Sig.) < 0,05. Al contrastar la hipótesis se obtuvo que el P-valor (Sig.) alcanzado de 0,000 es menor a 0,05 con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,959 lo cual muy alto. Se concluye que en los costos de producción si se relacionan con la determinación de precios en una empresa metalmecánica, debido a que si se obtiene los costos de producción reales a través de un proceso adecuado de los costos solo así se podrá definir el beneficio que desea alcanzar la empresa.		
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Tantalean (2017) determinó que existe relación entre los costos de producción y el establecimiento de los precios en un ente de metalmecánica esto sustentado en los resultados donde p - valor (Sig.) < 0,05. Al contrastar la hipótesis se obtuvo que el P-valor (Sig.) alcanzado de 0,000 es menor a 0,05 con un coeficiente de correlación Rho		

	de Spearman de 0,959. En síntesis, los costos de producción si se relacionan con el establecimiento de los precios en una empresa metalmecánica, en tal sentido si se obtiene los costos de producción real a través de un proceso adecuado se podrá definir el beneficio que desea alcanzar la empresa.
Referencia (tesis)	Tantalean, L. (2017). <i>Costo de Producción y determinación de precios en una empresa metalmecánica, Distrito Villa El Salvador, 2016. (Tesis de título profesional de Contador Público)</i> . Lima: Universidad César Vallejo.

Matriz de problemas, objetivos

Problema general		Objetivo general
¿Cómo mejorar la determinación del precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018?		Proponer estrategias para mejorar la determinación el precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018.
Problemas específicos		Objetivos específicos
¿Cómo mejorar las políticas para la fijación de precios en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018?		Diagnosticar las políticas para la fijación de precios en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018.
¿Factores que influyen en la determinación del precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018?		Diagnosticar los factores que influyen en la determinación del precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018.
¿Cómo mejorar el método para calcular el precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018?		Diagnosticar el método adecuado para calcular el precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018.

Matriz para la justificación

Justificación teórica		
Cuestiones	Respuesta	Redacción final
¿Qué teorías sustentan la investigación?	Teoría 1: Teoría económica Teoría 2: Teoría de los sistemas Teoría 3: Teoría contable	Las teorías que sustentan la investigación son: la teoría económica, la teoría de los sistemas y la teoría contable debido a que cada una de

<p>¿Cómo estas teorías aportan a su investigación?</p>	<p>Aporte 1: Permitirá conocer el desarrollo económico de la empresa y los procesos que emplea para distribuir los recursos.</p> <p>Aporte 2: En la investigación permitió comprender que para que la empresa marche adecuadamente ninguno de sus subsistemas debe fallar. Ya que siendo la empresa un todo, algunas deficiencias que presentara sus áreas repercutiría en toda la empresa ya que es un sistema conglomerado.</p> <p>Aporte 3: Permitirá conocer que normas o leyes contables se están aplicando o teniendo en cuenta para la determinación del costo de importación.</p>	<p>ellas son soporte para la investigación la primera teoría permitirá conocer la situación económica del ente, además de verificar el proceso de la distribución de los recursos y las razones por las que la empresa vendía las mercaderías inferiores a la competencia. La segunda teoría permitió comprender que la empresa está compuesta por subsistemas interrelacionados entre sí, para el buen funcionamiento del mismo y por último la tercera teoría permitirá conocer las bases que la empresa emplea para determinar sus costos y el precio de venta.</p>
<p>¿Por qué realizar el trabajo de investigación?</p>	<p>Porque se observó que la empresa en investigación siempre vendía las mercaderías al costo, que el personal de la empresa le calcula, ello visiblemente afecta a la empresa en sus ingresos.</p>	<p>El trabajo de investigación se realizará debido a que se observó que las ventas que se realiza son al costo, lo cual es preocupante pues la empresa en vez de generar ingresos estaría perdiendo el capital, sus recursos y generando más pasivos por préstamos.</p>
<p>Justificación práctica</p>		
<p>¿Por qué hacer el trabajo de investigación?</p>	<p>Porque permitirá conocer los procesos para la determinación del precio de venta en una empresa importadora.</p>	<p>La investigación se elabora con el propósito de conocer los procesos aplicados por el dueño-gerente para determinar el precio de venta de las mercaderías importadas, además que se espera buscar posibles estrategias de solución para la forma de determinación de los precios de venta y el costo de las mercaderías. Asimismo, se espera que esta investigación sirva como antecedente para futuras investigaciones.</p>
<p>¿Cuál será la utilidad?</p>	<p>La utilidad de la investigación radica en que se buscara posibles soluciones al problema de determinación precios de venta.</p>	
<p>¿Qué espera con la investigación?</p>	<p>Que sirva como antecedentes</p>	

Justificación metodológica		
¿Por qué investiga bajo ese diseño?	La investigación se realizará bajo el enfoque mixto	La investigación se llevará a cabo bajo el enfoque mixto porque permitirá obtener mayor información al combinar los enfoques. El resultado de la investigación permitirá saber la razón por la que las mercaderías importadas son vendidas al costo, a partir de los resultados se buscare estrategias para la determinación adecuada del precio de venta de las mercaderías importadas.
¿El resultado de la investigación permitirá resolver algún problema?	Permitirá conocer las razones por las cuales el empresario vende las mercaderías importadas al costo.	

Matriz de teorías

Teoría 1: TEORÍA ECONÓMICA					
Autor de la teoría	Año	Cita	Parafraseo (1)	Aplicación en su tesis (2)	Redacción final (1+2+3+4+5.....+10)
David Ricardo	1982	La economía es un proceso de creación y distribución de la riqueza y del valor (Vargas, 2006, p.7)	En ámbitos generales la economía es el proceso mediante el cual se crea y distribuye los recursos llamados riqueza para satisfacer las necesidades de la población o sociedad (Vargas, 2006).	En la investigación permitirá analizar los procesos mediante los cuales se obtiene los ingresos y evaluar si son razonables en proporción de sus adquisiciones.	La teoría económica respaldada por Ricardo, Kafka, García, Marshall, Smith sustentan la importancia que posee la economía, pues es el proceso mediante el cual se crea y distribuye los recursos llamados riqueza para satisfacer las necesidades de la población o sociedad (Vargas, 2006). En la investigación permitirá analizar los procesos mediante los cuales se obtiene los ingresos
Referencia:	Vargas, G. (2006). <i>Introducción a la teoría económica un enfoque latinoamericano</i> (2a ed.). México: Pearson Educación de México, S.A de C.V.				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo (3)	Aplicación en su tesis (4)	
Kafka Folke	1997	El análisis económico se preocupa de tal costo y del	La teoría económica estudia el desarrollo	Permitirá determinar adecuadamente el precio	

		“precio” que se paga (Kafka, 1997, p. 27).	económico por ello en el ámbito empresarial muestra una preocupación del costo y del precio que se determina para pagar (Kafka, 1997).	de venta. Pero antes es necesario conocer y determinar el costo de los productos ya que tiene influencia directa en los mismos.	y evaluar si son razonables en proporción de sus adquisiciones. Así mismo esta teoría estudia el desarrollo económico por ello en el ámbito empresarial muestra una preocupación del costo y del precio que se determina para pagar (Kafka, 1997). En la investigación permitirá determinar adecuadamente el precio de venta, Pero antes es necesario conocer y determinar el costo de los productos ya que tiene influencia directa en los mismos. También la teoría económica busca que los recursos asignados a las diferentes áreas o componentes de la empresa funcionen y obtengan resultados eficazmente (García, 1994). En la empresa en investigación permitirá conocer si los recursos que posee la empresa son usados eficientemente para el buen funcionamiento de la empresa. Según esta teoría los consumidores adquirirán los
Referencia:	Kafka, F. (1997). <i>Teoría Económica</i> (3a ed.). Lima: Universidad del Pacífico.				
Autor de la teoría	Año	Cita	Parafraseo (5)	Aplicación en su tesis (6)	
Santiago García Echevarría	1994	La teoría económica de la empresa busca, por tanto, una respuesta a la eficacia en la asignación de los recursos, es decir eficacia económica, técnica, financiera, organizativa, así como la eficacia humana (García, 1994, p. 87).	La teoría económica por tanto busca que los recursos asignados a las diferentes áreas o componentes de la empresa funcionen y obtengan resultados eficazmente (García, 1994).	En la empresa en investigación permitirá conocer si los recursos que posee la empresa son usados eficientemente para el buen funcionamiento de la empresa.	
Referencia:	García, S. (1994). <i>Teoría económica de la empresa</i> . Madrid: Díaz de Santos S.A.				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo (7)	Aplicación en su tesis (8)	
Alfred Marshall	1890	Los individuos estarán dispuestos a consumir una mayor cantidad de un bien, siempre y cuando la obtengan a un menor	Los consumidores adquirirán los bienes recurrentemente y en cantidad analizando varios factores, uno de los	Esta teoría será aplicada para evaluar si los precios de las prendas de vestir que ofrece la empresa importadora a sus clientes	

		precio (Cadena, 2011, p. 64)	más comunes son los precios bajos o asequibles (Cadena, 2011).	son bajos o son precios razonables de acuerdo al mercado.	bienes recurrentemente y en cantidad analizando varios factores, uno de los más comunes son los precios bajos o asequibles (Cadena, 2011).
Referencia:	Cadena, J. (2011). La teoría económica y financiera del precio: Dos enfoques complementarios. <i>Criterio libre</i> , 59-80.				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo (9)	Aplicación en su tesis (10)	Esta teoría será aplicada para evaluar si los precios de las prendas de vestir que ofrece la empresa importadora a sus clientes son bajos o son precios razonables de acuerdo al mercado.
Adam Smith	1776	Los precios actúan como una “mano invisible” que orienta los recursos hacia aquellas actividades con mayor valor. Los precios permiten a las empresas y a los hogares determinar cuánto valen los recursos y con ello orientar sus decisiones para su uso eficiente (Cadena, 2011, p. 63).	Smith señaló que los precios constituyen el eje fundamental que actúa invisiblemente en la orientación de los recursos para generar mayores valores económicos, además de permitir a los entes la determinación del valor de sus recursos (Cadena, 2011).	Esta teoría cobra vital importancia debido a que nos permitirá identificar si los precios asignados a las prendas de vestir importadas constituyen adecuados para el desarrollo económico de la empresa.	Smith señaló que los precios constituyen el eje fundamental que actúa invisiblemente en la orientación de los recursos para generar mayores valores económicos, además de permitir a los entes la determinación del valor de sus recursos (Cadena, 2011).
Referencia:	Cadena, J. (2011). La teoría económica y financiera del precio: Dos enfoques complementarios. <i>Criterio libre</i> , 59-80.				
					Por ello esta teoría cobra vital importancia debido a que nos permitirá identificar si los precios asignados a las prendas de vestir importadas constituyen adecuados para el desarrollo económico de la empresa.

Teoría 2: TEORÍA DE LOS SISTEMAS

Autor de la teoría	Año	Cita	Parafraseo (1)	Aplicación en su tesis (2)	Redacción final (1+2+3+4+5.....+10)
Ludwig von Bertalanffy	1950	El sistema es un conjunto de unidades recíprocamente relacionadas (Chiavenato, 2006, p. 411).	Toda organización económica está compuesta por áreas o divisiones que están interrelacionadas entre sí, para que unidos puedan lograr el buen funcionamiento de la empresa (Chiavenato, 2006, p. 411).	Esta teoría permitirá constatar si el gerente de la empresa, el contador, los vendedores que componen la empresa importadora trabajan de la mano para lograr sus objetivos.	La teoría de los sistemas sustentada por Von, Katz y Kahn, Berrien, Emery, Snuts, sustentan que toda organización económica está compuesta por áreas o divisiones que están interrelacionadas entre sí, para que unidos puedan lograr el buen funcionamiento de la empresa (Chiavenato, 2006). Esta teoría permitirá constatar si el gerente de la empresa, el contador, los vendedores que componen la empresa importadora trabajan de la mano para lograr sus objetivos.
Referencia:	Chiavenato , I. (2006). <i>Introducción a la teoría general de la administración</i> (7a ed.). México: McGraw-Hill/interamericana Editores S.A de C.V.				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo (3)	Aplicación en su tesis (4)	
Daniel Katz y Robert Kahn	1972	Cada organización crea su propia cultura con sus propios tabúes, usos y costumbres. La cultura del sistema refleja las normas y los valores del sistema formal (Chiavenato, 2006, p. 429).	Cada empresa posee sus propias particularidades que los hacen diferentes, pero respecto a las normas, valores en la gran mayoría son implementados para el buen desarrollo económico de la misma a fin de lograr el crecimiento y aceptación	Esta investigación permitirá evaluar si la empresa posee normas, reglas para direccionar a los trabajadores, si en caso no lo posee se tendría que implementar para lograr sus objetivos económicos.	También mencionan que cada empresa posee sus propias particularidades que los hacen diferentes, pero respecto a las normas, valores en la gran mayoría son implementados para el buen desarrollo económico de la misma a fin de lograr el crecimiento y aceptación en la sociedad (Chiavenato, 2006).

			en la sociedad (Chiavenato, 2006).		Esta investigación permitirá evaluar si la empresa posee normas, reglas para direccionar a los trabajadores, si en caso no lo posee se tendría que implementar para lograr sus objetivos económicos.
Referencia:	Chiavenato , I. (2006). <i>Introducción a la teoría general de la administración</i> (7a ed.). México: McGraw-Hill/interamericana Editores S.A de C.V.				
Autor de la teoría	Año	Cita	Parafraseo (5)	Aplicación en su tesis (6)	En toda organización existe una jerarquía relacionada entre sí, cada sub división vela por el cumplimiento del trabajo encomendado y transmite a la siguiente área la información para que este pueda tomar las decisiones convenientes para la empresa (Chiavenato, 2006). En la empresa importadora se verificará si el área de contabilidad en especial la determinación de los costos de importación se determinó de forma correcta para entregar al gerente y este a su vez al área de ventas, para que puedan asignar en coordinación con gerencia un precio razonable para cubrir sus necesidades.
F. K. Berrien	1968	Los sistemas existen dentro de sistemas. Cada sistema se constituye de subsistemas y, al mismo tiempo, hace parte de un sistema más grande, el suprasistema (Chiavenato, 2006, p. 410).	En toda organización existe una jerarquía relacionada entre sí, cada sub división vela por el cumplimiento del trabajo encomendado y transmite a la siguiente área la información para que este pueda tomar las decisiones convenientes para la empresa (Chiavenato, 2006).	En la empresa importadora se verificará si el área de contabilidad en especial la determinación de los costos de importación se determinó de forma correcta para entregar al gerente y este a su vez al área de ventas, para que puedan asignar en coordinación con gerencia un precio razonable para cubrir sus necesidades.	
Referencia:	Chiavenato , I. (2006). <i>Introducción a la teoría general de la administración</i> (7a ed.). México: McGraw-Hill/interamericana Editores S.A de C.V.				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo (7)	Aplicación en su tesis (8)	En la empresa importadora se verificará si el área de contabilidad en especial la determinación de los costos de importación se determinó de forma correcta para entregar al gerente y este a su vez al área de ventas, para que puedan asignar en coordinación con gerencia un precio razonable para cubrir sus necesidades.

F. E. Emery	1972	Permite revelar lo "general en lo particular", indicando las propiedades; generales de las organizaciones de - una forma global y totalizadora (Chiavenato, 2006, p. 438).	La teoría de los sistemas muestra los ámbitos generales en los particulares, esto permite mostrar las propiedades generales de un ente en forma total y globalizada (Chiavenato, 2006).	Permitirá evaluar el proceso de determinación de los costos pues si estuviera mal repercutiría en toda la empresa lo cual mostraría que no hubo una buena dirección gerencial.	La teoría de los sistemas muestra los ámbitos generales en los particulares, esto permite mostrar las propiedades generales de un ente en forma total y globalizada (Chiavenato, 2006). Permitirá evaluar el proceso de determinación de los costos pues si estuviera mal repercutiría en toda la empresa lo cual mostraría que no hubo una buena dirección gerencial.
Referencia:	Chiavenato , I. (2006). <i>Introducción a la teoría general de la administración</i> (7a ed.). México: McGraw-Hill/interamericana Editores S.A de C.V.				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo (9)	Aplicación en su tesis (10)	
Jan Christían Snuts	1926	Para constituir una unidad funcional mayor los componentes individuales de un sistema desarrollaron cualidades que no se encuentran en sus conductas aisladas (Chiavenato, 2006, p. 411).	La labor que cumple cada área de una organización es importante y vital ya que cada una de ellas aporta cualidades que permite formar una unidad potencial, tal es el caso de las grandes compañías (Chiavenato, 2006).	La función que cumple el personal que determina los costos en la empresa importadora, constituye el eje fundamental debido a que los costos son base para la determinación de los precios de venta esto significa los ingresos de la empresa.	La labor que cumple cada área de una organización es importante y vital ya que cada una de ellas aporta cualidades que permite formar una unidad potencial, tal es el caso de las grandes compañías (Chiavenato, 2006). La función que cumple el personal que determina los costos en la empresa importadora, constituye el eje fundamental debido a que los costos son base para la determinación de los precios de venta esto significa los ingresos de la empresa.
Referencia:	Chiavenato , I. (2006). <i>Introducción a la teoría general de la administración</i> (7a ed.). México: McGraw-Hill/interamericana Editores S.A de C.V.				

Teoría 3: TEORÍA CONTABLE

Autor de la teoría	Año	Cita	Parfraseo (1)	Aplicación en su tesis (2)	Redacción final (1+2+3+4+5.....+10)
Kholer	1970	Conjunto de proposiciones, incluyendo axiomas y teoremas que conjuntamente con definiciones, reglas formales e informales de inferencia-orientan hacia la explicación de un conjunto de hechos (Rebaza, 2007, p. 35).	Según el autor, la teoría contable se basa en un conjunto de proposiciones, reglas, definiciones, teoremas para explicar los hechos económicos de una organización (Rebaza, 2007).	En la empresa permitirá evaluar el método que se aplica para determinar el precio de venta y cuáles son las bases informativas para el cálculo razonable y adecuado del mismo, debido a que los ingresos por venta son la fuente principal de la empresa.	La teoría contable avalada por kholer, Belkaoui, Ijiri, Sunder, García sustentan que la teoría contable se basa en un conjunto de proposiciones, reglas, definiciones, teoremas para explicar los hechos económicos de una organización (Rebaza, 2007). En la empresa permitirá evaluar el método que se aplica para determinar el precio de venta y cuáles son las bases informativas para el cálculo razonable y adecuado del mismo, debido a que los ingresos por venta son la fuente principal de la empresa.
Referencia:	Rebaza, I. (2007). <i>Fundamentos para el desarrollo de una investigación contable</i> . Lima: Lulu.com.				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo (3)	Aplicación en su tesis (4)	
Belkaoui	1984	La teoría contable constituye un razonamiento lógico expresado por un conjunto de principios generales que proporcionan un marco referencial para evaluar las técnicas en vigor (Rebaza, 2007, p. 35).	Para el autor la teoría contable son un conjunto de razonamientos lógicos que son expresados en principios que constituyen referencias para evaluar las técnicas existentes (Rebaza, 2007).	Esta teoría permitirá evaluar si la empresa está cumpliendo con la NIC 2 y demás normas respecto a la determinación de costos de importación, para establecer un precio razonable en el mercado.	Así mismo mencionan que la teoría contable es un conjunto de razonamientos lógicos que son expresados en principios que constituyen referencias para evaluar las técnicas existentes (Rebaza, 2007). Esta teoría permitirá evaluar si la empresa está cumpliendo con la
Referencia:	Rebaza, I. (2007). <i>Fundamentos para el desarrollo de una investigación contable</i> . Lima: Lulu.com.				

Autor de la teoría	Año	Cita	Parafraseo (5)	Aplicación en su tesis (6)	
Yuri Ijiri	1975	Sistema para facilitar el suave funcionamiento de las relaciones de rendición de cuentas entre las partes interesadas (Shyam, 2005, p. 27).	Desde la perspectiva del autor la teoría contable es un sistema que facilita el funcionamiento para rendir cuentas entre las partes interesadas de una determinada información (Shyam, 2005).	En la empresa se verificará si los costos son entregados en la fecha requerida por el gerente para la determinación de los precios de venta de las prendas de vestir importados.	NIC 2 y demás normas respecto a la determinación de costos de importación, para establecer un precio razonable en el mercado. Del mismo modo afirman que es un sistema que facilita el funcionamiento para rendir cuentas entre las partes interesadas de una determinada información (Shyam, 2005). En la empresa se verificará si los costos son entregados en la fecha requerida por el gerente para la determinación de los precios de venta de las prendas de vestir importados.
Referencia:	Shyam, S. (2005). <i>Teoría de contabilidad y el control</i> . Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo (7)	Aplicación en su tesis (8)	
Shyam Sunder	2005	Los sistemas de contabilidad y control son diseñados para asegurar que las fuerzas centrífugas del conflicto no dominen el instinto de cooperación (Shyam, 2005, p. 28).	Según esta teoría los sistemas de control y contabilidad son diseñados para que existe una armonía y cooperación cuando exista conflictos en la interpretación de información (Shyam, 2005).	Esta perspectiva permitirá evaluar si existe una cooperación y coordinación entre el gerente y el contador, debido a que este último brinda información necesaria para la toma de decisiones sobre el aspecto económico de la empresa.	Según esta teoría los sistemas de control y contabilidad son diseñados para que exista una armonía y cooperación cuando exista conflictos en la interpretación de información (Shyam, 2005). Esta perspectiva permitirá evaluar si existe una cooperación y coordinación entre el gerente y el contador, debido a que este último brinda información necesaria para la toma de
Referencia:	Shyam, S. (2005). <i>Teoría de contabilidad y el control</i> . Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo (9)	Aplicación en su tesis (10)	

García Casella, Carlos Luis	2000	Se ocupa de explicar y normar las tareas de descripción, principalmente cuantitativa, de la existencia y circulación de objetos, hechos y personas diversas en cada ente (Vásquez & Bongianino, 2008, p. 15).	La teoría económica también explica y norma las actividades de descripción, así mismo de la verificación de las existencias y la circulación de los objetos, sucesos y de las mismas personas en cada empresa (Vásquez & Bongianino, 2008).	Esta teoría permitirá analizar si las ventas que realiza la empresa son razonables en proporción a las importaciones, además permitirá analizar la rotación de las mercaderías y la rotación del personal que calcula costos. Etc.	decisiones sobre el aspecto económico de la empresa. La teoría económica también explica y norma las actividades de descripción, así mismo de la verificación de las existencias y la circulación de los objetos, sucesos y de las mismas personas en cada empresa (Vásquez & Bongianino, 2008).
Referencia:	Vásquez, R., & Bongianino, C. (2008). <i>Principios de teoría contable</i> (1a ed.). Buenos Aires: Aplicación Tributaria S.A.				Esta teoría permitirá analizar si las ventas que realiza la empresa son razonables en proporción a las importaciones, además permitirá analizar la rotación de las mercaderías y la rotación del personal que calcula costos. Etc.

Matriz de categorización

Categoría: Precio de Venta		
Sub categorías apriorísticas		
Políticas para la fijación de precios	Métodos para calcular el precio de venta	
Factores que influyen en la determinación del precio de venta		
Sub categorías emergentes		
Ingresos	Egresos	Consumidor

Matriz de conceptos

Categoría : Precio de Venta					
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
David Pérez, Isabel Pérez Martínez de Ubago	2006	Pérez & Martínez (2006) “Valor en términos monetarios de un producto o servicio por el que un consumidor estaría dispuesto a comprarlo” (p.4).	El precio de venta es la determinación monetaria que se le asigna a un determinado producto o servicio para que el cliente pueda adquirir (Pérez & Martínez, 2006).	Permitirá conocer los precios establecidos a las prendas de vestir importadas.	El precio de venta es la asignación monetaria para un determinado producto (Pérez & Martínez, 2006). Antiguamente la fijación de precios era pactada entre el comprador y vendedor, en la actualidad constituye un eje fundamental para las empresas su determinación adecuada (Kotler & Keller, 2012). En las empresas pequeñas por lo general el precio es determinado por los jefes, a diferencia de las empresas medianas o grandes, en este caso el gerente es quien lo determina (Kotler & Keller, 2012). En muchos casos el precio es establecido según la oferta y la demanda (Delzart, 2013).
Referencia:	Pérez, D., & Martínez, I. (2006). <i>El Precio. Tipos y Estrategias de fijación</i> . España: eoi Escuela de Negocios.				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	
Kotler, Philip Y Keller, Kevin	2012	Kotler & Keller (2012) “La fijación de precios se realizaba mediante negociaciones entre los compradores y los vendedores” (p.384).	Según el autor antiguamente para establecer el precio de un producto se realizaba mediante un acuerdo entre el adquiriente y vendedor (Kotler & Keller, 2012).	Se verificará si el proceso de negociación entre cliente y vendedor sigue su curso.	
Referencia:	Kotler, P., & Keller, K. (2012). <i>Dirección de marketing</i> (14a ed.). México: Pearson Educación de Mexico S.A. de C.V.				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	
Kotler, Philip Y Keller, Kevin	2012	Kotler & Keller (2012) “la fijación de precio es un factor clave” (p.386).	La fijación de los precios de un determinado producto es la eje fundamental de la empresa	Permitirá conocer si la fijación de los precios de las mercaderías de la empresa, son establecidos	

			debido a que constituye su razón de ser (Kotler & Keller, 2012).	con la rigurosidad que amerita.
	Kotler, P., & Keller, K. (2012). <i>Dirección de marketing</i> (14a ed.). México: Pearson Educación de Mexico S.A. de C.V.			
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Jorge O. Delzart	2013	Delzart (2013) “El precio será establecido de acuerdo a la oferta y la demanda teniendo en cuenta que no puede ser muy bajo porque disminuiría las ganancias ni muy alto porque se perderían clientes” (p.139).	La oferta y la demanda constituyen referencias básicas para establecer los precios, evaluando que estos no sean muy bajos ni muy altos porque afectarían a la empresa económicamente y en otros casos se perdería a los clientes (Delzart, 2013).	Se conocerá si los factores básicos como la oferta y demanda son tomados como referencia a la hora de determinar los precios de las prendas de vestir.
Referencia:	Delzart, J. (2013). <i>Costos y presupuestos de comercio exterior</i> (3a ed.). Buenos Aires: Aplicación Tributaria S.A.			
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Kotler, Philip Y Keller, Kevin	2012	Kotler & Keller (2012) “Las empresas fijan sus precios de diversas maneras. En las compañías pequeñas es por lo general el jefe quien se encarga de hacerlo. En las grandes lo hacen los gerentes de división y de líneas de producto” (p.386).	Las organizaciones económicas tienen diversas formas de establecer sus precios. En las empresas pequeñas el jefe establece los precios y en las medianas y grandes por lo general lo establecen los gerentes (Kotler & Keller, 2012).	Permitirá conocer si es un área de la empresa quien se encarga de determinar el precio de venta o es el mismo gerente quien toma esta decisión tan importante.

Referencia:	Kotler, P., & Keller, K. (2012). <i>Dirección de marketing</i> (14a ed.). México: Pearson Educación de Mexico S.A. de C.V.	
--------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Sub categoría apriorística 1: Políticas para la fijación de precios					
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
Jair Albeiro Osorio Agudelo, María Isabel Duque Roldán, Luis Fernando Gómez Montoya	2015	Osorio, Duque y Gómez (2015) “ Precios basados en los costos. Son los métodos que se consideran más objetivos y justos y tienen un fuerte arraigo cultural y social, consisten fundamentalmente en la determinación del costo total de producir un bien o prestar un servicio y sobre esta base fijar el precio de venta” (p.5).	El precio en función a los costos es el método considerado mas objetivo y mas justo, consiste basicamente en determinar los costos y sobre ello establecer el precio de venta (Osorio, Duque y Gómez, 2015).	Esta política de fijación de precios en base a los costos permitirá conocer si se está determinando adecuadamente ya que constituye como base de partida para determinar el precio.	Las políticas de fijación de precios son un conjunto de lineamientos, estrategias, criterios y hasta normas que permiten la regulación y fijación de los precios de venta entre los que destaca; los precios que se basan en los costos son considerados los más justos. También están los que están basados en la competencia, este método consiste en tomar los precios de mercado como base fundamental. Así mismo esta los precios regulados este tipo de política lo establece el estado por lo tanto no constituye una estrategia. Los precios basados en los clientes, analizan todos los factores relacionados a los mismos desde la psicología, el status económico, moda, etc.
Referencia:	Osorio, J., Duque, M., & Gómez, L. (2015). Políticas para la fijación de precios de venta como base para la generación de valor. <i>Universidad de Antioquia(Colombia)</i> , 1-14. Obtenido de http://intercostos.org/documentos/apellidos/Osorio%202.pdf				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	
Jair Albeiro Osorio Agudelo, María Isabel	2015	Osorio, Duque y Gómez (2015) “ Precios basados en los precios de la competencia o del mercado También se le	En la política de precios basados en los precios de la competencia o mercado consiste en establecer los precios teniendo como	Permitirá evaluar si la estrategia de establecer los precios según la competencia o mercado es la más factible para obtener	

Duque Roldán, Luis Fernando Gómez Montoya		conoce como paridad de precios, y consiste en fijar los precios de venta teniendo como base el mercado, es decir, es el mercado el que fija libremente los precios, según la oferta y la demanda o según el nivel de competencia” (p.8).	referencia o base los precios del mercado establecidos según la oferta, demanda y competencia (Osorio, Duque y Gómez, 2015).	mejores resultados económicos.	Afin de establecerlas como base de determinación de sus precios y por último los precios definidos por el canal de distribución en este caso es la empresa productora quien establece los precios (Osorio, Duque y Gómez, 2015).
Referencia:	Osorio, J., Duque, M., & Gómez, L. (2015). Políticas para la fijación de precios de venta como base para la generación de valor. <i>Universidad de Antioquia(Colombia)</i> , 1-14. Obtenido de http://intercostos.org/documentos/apellidos/Osorio%202.pdf				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	
Jair Albeiro Osorio Agudelo, María Isabel Duque Roldán, Luis Fernando Gómez Montoya	2015	Osorio, Duque y Gómez (2015) “ Precios regulados no son una estrategia en sí de las empresas, pero estas deben acatarla, dado que es el estado a través de todos sus órganos de control, inspección, regulación o vigilancia, quienes definen los precios o tarifas que se deben cobrar, con pena de incurrir en faltas graves que son fuertemente castigadas” (p.9).	Los precios regulados son establecidos por el estado a través de sus instituciones encargadas, este tipo de precios no constituye una estrategia para las empresas debido a que en muchos casos no favorecen los objetivos económicos de la misma (Osorio, Duque y Gómez, 2015).	En las importaciones que realiza la empresa, el estado a través de su institución encargada Sunat-aduanas verifica los precios de origen y si observa que estos son demasiado bajos realizan ajustes a fin de evitar la subvaluación de las mercaderías.	

Referencia:	Osorio, J., Duque, M., & Gómez, L. (2015). Políticas para la fijación de precios de venta como base para la generación de valor. <i>Universidad de Antioquia(Colombia)</i> , 1-14. Obtenido de http://intercostos.org/documentos/apellidos/Osorio%202.pdf			
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Jair Albeiro Osorio Agudelo, María Isabel Duque Roldán, Luis Fernando Gómez Montoya	2015	Osorio, Duque y Gómez (2015) “ Precios basados en el cliente. La fijación de precios tiene multiplicidad de variables en función de los clientes, por ejemplo, dimensiones psicológicas del consumidor, calidad, precios, líneas, durabilidad, moda, status, garantía, entre otros” (p.10).	Los precios basados en los clientes evalúan una serie de virtudes y dimensiones como: el status, aspectos psicológicos, el precio, la calidad, la duración y beneficios que puede ofrecer el producto a fin de satisfacer la necesidad de los clientes (Osorio, Duque y Gómez, 2015).	Permitirá conocer si la empresa evalúa las características de los clientes a los que va dirigido la venta de las prendas de vestir importadas a fin de establecer un precio favorable para la entidad económica.
Referencia:	Osorio, J., Duque, M., & Gómez, L. (2015). Políticas para la fijación de precios de venta como base para la generación de valor. <i>Universidad de Antioquia(Colombia)</i> , 1-14. Obtenido de http://intercostos.org/documentos/apellidos/Osorio%202.pdf			
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Jair Albeiro Osorio Agudelo, María Isabel Duque Roldán, Luis	2015	Osorio, Duque y Gómez (2015) “ Precios definidos por el canal de distribución. Esta estrategia consiste que la empresa productora define sus precios de venta teniendo en cuenta el canal	los precios definidos por el canal de distribución permiten a los productores de un determinado bien definir los precios de venta, conociendo los canales mediante los cuales se distribuirán las	Permitirá conocer si la empresa posee una sucursal o una empresa relacionada y verificar si aplica esta estrategia a pesar de no ser productora.

Fernando Gómez Montoya	a través del cuál va a comercializar sus productos, unos de los canales más comunes y efectivos puede ser a través de grandes almacenes de cadena” (p.11).	mercaderías, uno de los mas conocidos son las cadenas de empresas (Osorio, Duque y Gómez, 2015).		
Referencia:	Osorio, J., Duque, M., & Gómez, L. (2015). Políticas para la fijación de precios de venta como base para la generación de valor. <i>Universidad de Antioquia(Colombia)</i> , 1-14. Obtenido de http://intercostos.org/documentos/apellidos/Osorio%202.pdf			

Sub categoría apriorística 2: Factores que influyen en la determinación del precio de venta

Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
Alfonso Peiro Ucha	2015	Piero (2015) “La demanda es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir”.	La demanda es la cuantía de bienes que las personas desean comprar, constituye uno de los factores importantes que influye en el establecimiento de los precios (Piero, 2015).	Permitirá conocer que productos que distribuye la empresa tienen mayor demanda.	Existen una infinidad de factores para establecer los precios de un determinado producto, la demanda es uno de los factores importantes (Piero, 2015). La oferta es otro factor determinante (Microeconomía, 2012). Seguido por la calidad del producto, si el producto que se ofrece al mercado es aceptado y satisface al cliente entonces es una ventaja y esto proporcionará grandes beneficios (Castro y Gonzales, 2017). La competencia es un
Referencia:	Piero, A. (2015). Demanda. <i>Economipedia</i> . Obtenido de Economipedia: https://economipedia.com/definiciones/demanda.html				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	
microeconomía	2012	Microeconomía (2012) “La oferta refleja las cantidades que, por cada precio, los vendedores están dispuestos a poner a	La oferta según el autor es la cantidad de productos que se ofrece en el mercado para la venta (Microeconomía, 2012).	Se conocerá la cantidad de productos importados por la empresa para la comercialización.	

		la venta. Como regla general, cuanto más elevado sea el precio, mayor será la cantidad ofertada”.			factor que permite medir el precio y permite mejorar a la empresa (García, 2017). Por último, juega un papel muy importante la localización del negocio, pues se puede tener un buen producto, pero si se encuentra en un lugar poco apropiado generará desventajas, sucederá lo opuesto si se ubica en un lugar estratégico (Becerra, 2013). La empresa podría establecer un precio adecuado y razonable teniendo en cuenta estos factores.
Referencia:	Microeconomía. (16 de Setiembre de 2012). <i>Principios e instrumentos</i> . Obtenido de Principios e instrumentos: https://principioseinstrumentos.wordpress.com/2012/09/16/mercado-demanda-y-oferta/				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	
Castro y Gonzales	2017	Castro y Gonzales (2017) “la calidad del producto es el reflejo que tienen los clientes al sentir una necesidad. Esto quiere decir que la calidad está directamente relacionada con la satisfacción y la lealtad y además hace marca, hace que crezca el nombre, tan importante en el mercado, el que se encarga de reflejar la experiencia de compra del cliente y el uso del producto”.	La calidad se basa en la percepción de los clientes respecto a un producto, está relacionado con la satisfacción que puedan tener los clientes al adquirir un bien o servicio, proporciona múltiples beneficios a la empresa (Castro y Gonzales, 2017).	Se conocerá el material (tela) por la que está elaborada la mercadería importada en función a su precio.	
Referencia:	Castro y Gonzales. (21 de Abril de 2017). <i>Castro y Gonzales</i> . Obtenido de Castro y Gonzales: https://blog.castroygonzalez.es/la-calidad-de-los-productos-y-su-importancia/				

Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Ivan García	2017	García (2017) “ Competencia se refiere cuando varias empresas privadas concurren a un mercado para ofrecer sus productos o servicios ante un conjunto de consumidores que actúan de forma independiente y que integran la demanda”.	La competencia es la concurrencia de varias empresas que ofrecen un mismo producto al mercado objetivo y que actúan de manera independiente (García, 2017).	Permitirá conocer si en el lugar donde se encuentra ubicado la empresa existen empresas que venden los mismos productos.
Referencia:	García, I. (19 de Setiembre de 2017). <i>Economía Simple.net</i> . Obtenido de Economía Simple.net: https://www.economiasimple.net/glosario/competencia			
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Viky Becerra	2013	Becerra (2013) “ La localización del negocio es un punto fundamental en referencia a la viabilidad económica de la empresa. Una buena ubicación estratégica puede llegar a ofrecer muchos beneficios a la empresa o, por el contrario, llevarla a fracasar”.	La localización es el punto estratégico de las empresas para su establecimiento, debido a que permiten el funcionamiento económico, ofrecen muchos beneficios, además que pueden llevar a la empresa al éxito o al fracaso (Becerra, 2013).	Se analizará si la ubicación de la empresa se encuentra en un lugar adecuado y estratégico para mejorar las ventas y por ende las ganancias.
Referencia:	Becerra, V. (22 de Febrero de 2013). <i>Emprende Pyme</i> . Obtenido de Emprende Pyme: https://www.emprendepyme.net/crear-empresa/la-localizacion-del-negocio			

Sub categoría apriorística 3: Métodos para calcular el precio de venta

Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
Jair Albeiro Osorio Agudelo, María Isabel Duque Roldán, Luis Fernando Gómez Montoya	2015	Osorio, Duque y Gómez (2015) “ Precio sobre la base del costo más margen: Consiste en definir un margen de ganancia sobre el costo total unitario del producto o servicio. Precio de venta = costo total unitario + (% ganancia x costo total unitario)” (p.5).	Uno de los métodos clásicos para determinar los precios de venta son los precios en base del costo más el margen de ganancia, este método práctico permite partir del costo y establecer una ganancia (Osorio, Duque y Gómez, 2015).	Este método es muy importante porque permite la confiabilidad del cliente, en la investigación se determinará si este método es el que se aplica en la empresa para el establecimiento de los precios.	Calcular el precio de venta de un producto es muy importante debido a que las ventas son la fuente principal de ingresos, existen un sin fin de métodos entre las que analizaremos: el precio en base al costo más el margen de utilidad, es el método más usado por las empresas porque transmite confiabilidad además que parte del costo para el cálculo del precio. La determinación del precio sobre la base del costo más margen sobre el precio, en este método se puede calcular el margen de ganancia sobre el precio en vez de determinar sobre el costo para ello se requiere conocer el costo unitario. Los precios en base a la liquidación del producto, por lo general se establece cuando existe poca rotación del producto a fin de no perder, se vende al costo del producto sin margen de ganancia. El precio basado en el costo marginal, en
Referencia:		Osorio, J., Duque, M., & Gómez, L. (2015). Políticas para la fijación de precios de venta como base para la generación de valor. <i>Universidad de Antioquia(Colombia)</i> , 1-14. Obtenido de http://intercostos.org/documentos/apellidos/Osorio%202.pdf			
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	
Jair Albeiro Osorio Agudelo, María Isabel Duque Roldán, Luis Fernando	2015	Osorio, Duque y Gómez (2015) “ Precio sobre la base del costo más margen sobre el precio: También puede calcularse el margen sobre el precio en lugar de calcularla sobre el costo del producto, pero necesariamente se requiere el costo unitario. El	El precio calculado sobre la base del costo más margen sobre el precio, para este método necesariamente se necesita conocer el costo unitario del producto, en este método se puede calcular el margen de ganancia sobre el precio en vez de determinar sobre el	En la investigación se aplicará si resulta el más adecuado para la empresa a fin de mejorar su situación económica.	

Gómez Montoya		<p>procedimiento a seguir sería el siguiente: $\text{Precio de venta} = \text{costo total unitario} + (\% \text{ ganancia} \times \text{precio de venta})$ Despejando precio de venta tenemos: $\text{Precio de venta} = \frac{\text{costo total unitario}}{(1 - \% \text{ de ganancia})}$” (p.5).</p>	costo (Osorio, Duque y Gómez, 2015).		<p>este método se tiene que sumar todos los costos y gastos de venta y otros a ello se adiciona la utilidad deseada. El costo objetivo, es un método en que la empresa tiene que realizar ajustes en los costos y gastos a fin de establecer el precio que el cliente está dispuesto a pagar, es decir el mercado y las exigencias de los clientes juegan un rol muy importante en este método de determinación de precio de venta (Osorio, Duque y Gómez, 2015).</p>
Referencia:	<p>Osorio, J., Duque, M., & Gómez, L. (2015). Políticas para la fijación de precios de venta como base para la generación de valor. <i>Universidad de Antioquia(Colombia)</i>, 1-14. Obtenido de http://intercostos.org/documentos/apellidos/Osorio%202.pdf</p>				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	
Jair Albeiro Osorio Agudelo, María Isabel Duque Roldán, Luis Fernando Gómez Montoya	2015	<p>Osorio, Duque y Gómez (2015) “Precios de rotación baja o liquidación del producto: En este caso se sugiere que el precio sea determinado sin margen, de tal manera que cubra sólo los costos incurridos” (p.6).</p>	<p>El precio de liquidacion se da cuando el producto no se vende, por ello se sugiere que se determine el precio sin margen de ganancia de tal forma que al vender no se estar perdiendo ni ganando (Osorio, Duque y Gómez, 2015).</p>	<p>Permitirá conocer si la venta reflejada en las facturas y boletas de venta de la empresa han sido determinados por el método de liquidación para generar la rotación del producto a fin de no perder el costo.</p>	

Referencia:	Osorio, J., Duque, M., & Gómez, L. (2015). Políticas para la fijación de precios de venta como base para la generación de valor. <i>Universidad de Antioquia(Colombia)</i> , 1-14. Obtenido de http://intercostos.org/documentos/apellidos/Osorio%202.pdf			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Jair Albeiro Osorio Agudelo, María Isabel Duque Roldán, Luis Fernando Gómez Montoya	2015	Osorio, Duque y Gómez (2015) “ Método basado en el costo marginal: Se entiende por costo marginal a la sumatoria de todos los costos variables y todos los gastos variables incurridos en la producción y venta de unidades adicionales o servicios adicionales. Así las cosas, tenemos: Precio de venta = costo unitario marginal + utilidad deseada” (p.7).	El método según el costo marginal (suma todos los costos variables, gasto variable mas gastos de venta y otros servicios) el precio de venta se determina sumando los costos unitarios marginales mas la utilidad que se desea (Osorio, Duque y Gómez, 2015).	Se evaluará si este método es el correcto para que la empresa lo aplique, debido a que suma todos los gastos y costos incurridos para poner en el mercado un producto adicionando el margen de la utilidad que se desea obtener, por ello cobra importancia este método de determinar el precio de venta.
Referencia:	Osorio, J., Duque, M., & Gómez, L. (2015). Políticas para la fijación de precios de venta como base para la generación de valor. <i>Universidad de Antioquia(Colombia)</i> , 1-14. Obtenido de http://intercostos.org/documentos/apellidos/Osorio%202.pdf			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Jair Albeiro Osorio Agudelo, María Isabel Duque	2015	Osorio, Duque y Gómez (2015) “ Método del costo objetivo: Trata de fijar el precio ideal o value for money, es decir, lo que estaría el cliente dispuesto a	El costo objetivo es un método en el cual el precio se determina en base a lo que el cliente puede pagar por el producto, teniendo en cuenta un costo objetivo	Se conocerá si la empresa importadora emplea este método de costo objetivo a fin de satisfacer a sus clientes y por lo cual debe disminuir sus costos y

Roldán, Luis Fernando Gómez Montoya	pagar tomando como base un costo objetivo, que permite obtener un beneficio esperado, como se muestra a continuación: Costo objetivo = precio objetivo + utilidad esperada.” (p.8).	para lo cual la empresa realiza ajustes en sus costos y gastos a fin de establecer un precio según las exigencias del cliente, mercado (Osorio, Duque y Gómez, 2015).	gastos para determinar el precio requerido.	
Referencia:	Osorio, J., Duque, M., & Gómez, L. (2015). Políticas para la fijación de precios de venta como base para la generación de valor. <i>Universidad de Antioquia(Colombia)</i> , 1-14. Obtenido de http://intercostos.org/documentos/apellidos/Osorio%202.pdf			

Sub categoría emergente 1: Consumidor

Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Redacción final
Alexander Elmer Quispe Huillca, Elbia Lisbeth Hinojosa Tapia	2016	Quispe y Hinojosa (2016) “El consumidor es la persona que compra productos o contrata servicios para su consumo”.	El consumidor desde la perspectiva empresarial es un potencia cliente, al satisfacer sus necesidades, retornaora en reiteradas oportunidades (Quispe y Hinojosa, 2016).	En la empresa importadora el consumidor busca productos de bajo precio y de buena calidad, para evitar gastos futuros, por ello es fundamental satisfacer desde todos los puntos factibles.
Referencia:	Quispe, A., & Hinojosa, E. (2016). <i>Comportamiento de compra de los consumidores del centro comercial real plaza de la ciudad de Cusco-2016. (Tesis de título en economía y negocios internacionales)</i> . Cusco: Universidad peruana austral del Cusco.			

Sub categoría emergente 2: Ingresos

Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Redacción final
La junta de normas	2010	La junta de normas internacionales de contabilidad (2010) “Los ingresos de	Las empresas particularmente obtienen sus ingresos por la comercializacion de	Toda entidad económica con fines de lucro busca generar ingresos y

internacionales de contabilidad		actividades ordinarias surgen en el curso de las actividades ordinarias de la entidad”.	sus mercaderías y otros permitidos por las normas de contabilidad (La junta de normas internacionales de contabilidad, 2010).	rentabilidad a corto o largo plazo, estos ingresos corresponden a la venta de productos o servicios según sea el giro de negocio, también se obtiene por intereses, alquileres, dividendos, etc.
Referencia:	La junta de normas internacionales de contabilidad (Setiembre de 2010). <i>Ministerio de economía y finanzas</i> . Obtenido de Ministerio de economía y finanzas: https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/vigentes/nic/RedBV2018_ConceptualFramework_GVT.pdf			

Sub categoría emergente 3: Egresos				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Redacción final
La junta de normas internacionales de contabilidad	2010	La junta de normas internacionales de contabilidad (2010) “los egresos son decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien por la generación o aumento de los pasivos”.	Los egresos constituyen el aumento de pasivos o las disminuciones económicas en los que incurre la empresa para solventar sus obligaciones con los terceros (La junta de normas internacionales de contabilidad, 2010).	La empresa en investigación incurrió en diversos egresos para su funcionamiento desde los pagos de planilla, invoice de las importaciones, servicios diversos, pago de tributos, y demás obligaciones a fin de obtener los objetivos económicos.
Referencia:	La junta de normas internacionales de contabilidad (Setiembre de 2010). <i>Ministerio de economía y finanzas</i> . Obtenido de Ministerio de economía y finanzas: https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/vigentes/nic/RedBV2018_ConceptualFramework_GVT.pdf			

Matriz de método

Enfoque. Mixto				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Manuel Ildelfonso Ruiz Medina, María del Socorro Borboa Quintero y Julio César Rodríguez Valdez	2013	Ruiz, Borboa, & Rodríguez (2013) “El enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento” (p.11).	En este tipo de investigación se fusiona el método cuantitativo y el cualitativo porque se compara los resultados para que, a partir de ellos llegar al resultado de la investigación, por ello es más exacto (Ruiz, Borboa, & Rodríguez, 2013).	La aplicación de este tipo de investigación permitirá aportar mayor riqueza de información, para la obtención de mayor gama de los resultados del estudio.
Referencia:	Ruiz, M., Borboa, M., & Rodríguez, J. (2013). El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales. <i>Tlatemoani Revista Académica de Investigación</i> , 1-25.			

Tipo. Proyectiva				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Jacqueline Hurtado de Barrera	2008	Hurtado (2008) “Este tipo de investigación, consiste en la elaboración de una propuesta, un plan, un programa o un modelo, como solución a un problema”.	El tipo de investigación proyectiva permite elaborar una propuesta, un plan o un programa como una posible solución al problema de un determinado lugar (Hurtado, 2008).	En la investigación permitirá buscar posibles soluciones al problema a través de propuestas.
Referencia:	Hurtado, J. (21 de Febrero de 2008). <i>investigacionholistica.blogspot.com</i> . Obtenido de investigacionholistica.blogspot.com: http://investigacionholistica.blogspot.com/2008/02/la-investigacion-proyectiva.html			

Nivel. Comprensivo				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Hurtado	2012	Contreras (2015) “Abarca a los objetivos explicar, predecir y proponer , y corresponde a las investigaciones explicativas, predictiva y proyectiva”.	Permite captar la investigación interpretativa en cuanto a la investigación cuantitativa conjuntamente con el análisis	Permitirá comparar los resultados de las entrevistas y los resultados de la investigación cuantitativa.

			cualitativo, esto permite la comparación de resultados (Contreras, 2015).	
Referencia:	Contreras, M. (24 de Febrero de 2015). <i>Educapuntes</i> . Obtenido de Educapuntes: http://educapuntes.blogspot.com/2015/02/compreesion-holistica-de-la_24.html			

Método. Inductivo - Deductivo				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
César Augusto Bernal Torres	2010	Bernal (2010) “Método inductivo-deductivo Este método de inferencia se basa en la lógica y estudia hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido (parte de lo general a lo particular) e inductivo en sentido contrario (va de lo particular a lo general)”. (P. 60).	El método inductivo-deductivo es un método de inferencia, su base es la lógica y permite el estudio de hechos particulares. Es deductivo porque parte de lo general a lo particular y es inductivo porque funciona en sentido contrario (Bernal, 2010).	Este método se aplicó en la empresa para verificar los problemas de estudio se partió de lo particular a lo general. Después de la obtención de resultados permitirá emitir una conclusión general respecto al problema.
Referencia:	Bernal, C. (2010). <i>Metodología de la investigación</i> (3a ed.). Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.			

Población. La Empresa					
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
Fracica Naranjo, Germán	1988	Fracica (1988) “El conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación.” (p. 36).	La población es un conjunto total de unidades a los que se desea investigar (Fracica, 1988).	En la investigación la empresa importadora constituye toda la población.	En la investigación a realizar la población es la empresa importadora de prendas de vestir (Fracica, 1988). En la que se aplicará el muestreo por conveniencia, para la obtención de datos cualitativos y cuantitativos para obtener información consolidada y más completa (Bernal, 2010).
Número de colaboradores:	-				
Referencia:	Fracica, G. (1988). <i>Modelo de simulación en muestreo</i> . Bogotá: Universidad de la Sabana.				

Muestra. Comprobantes de importación, ventas, kardex, del año 2018.					
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación de la técnica de muestreo	
César Augusto Bernal Torres	2010	Bernal (2010) “Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (p. 161)	Es el fragmento de la población que se va investigar, nos permitirá obtener información respecto al objetivo de la investigación (Bernal, 2010).	En la investigación se aplicará el muestreo por conveniencia. Y será evaluada cuantitativa y cualitativamente a los documentos relacionados a la determinación del precio de venta como: Documentos de importación, ventas, kardex del año 2018.	
Número de colaboradores:		-			
Referencia:		Bernal, C. (2010). <i>Metodología de la investigación</i> (3a ed.). Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.			
Unidades informantes. 1 contador, 1 Abogado Tributarista, 1 Asistente Contable, 1 Practicante.					
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Descripción de cada unidad informante	Redacción final
Hernández D. Jackeline T., Mirabal A. Paula B., Otálvora A. Jobeth A., Uzcátegui A. Miriam A.	2014	Hernández, Mirabal, Otálvora, & Uzcátegui (2014) “Son aquellas personas que, por sus vivencias, capacidad de relaciones pueden ayudar al investigador, convirtiéndose en una	Las unidades informantes son recursos de recolección de información que posee un investigador. El capital humano, es por lo general quien brinda	<ul style="list-style-type: none"> a) El contador conoce las bases para la determinación del costo. b) El abogado tributarista conoce las leyes de importación. c) La asistente contable quien se encarga de 	En la empresa en investigación las unidades informantes son un contador quien conoce las bases para la determinación del costo, el abogado tributarista quien conoce los aspectos legales de la importación, un asistente contable quien se encarga de los

		fuelle importante de información y a la vez les va abriendo el acceso a otras personas y a nuevos escenarios” (P.5).	información relevante que ayuda a conocer y construir la investigación (Hernández, Mirabal, Otálvora, & Uzcátegui, 2014).	los registros contables de la empresa. d) El practicante realiza el costo y la liquidación mensual.	registros contables de los comprobantes en general. El practicante quien se encarga de calcular los costos de las importaciones.
Número de informantes:	4				
Referencia:	Hernández, J., Mirabal, P., Otálvora, J., & Uzcátegui, M. (2014). <i>Población, muestra, informantes clave, variable, unidad de análisis</i> . Mérida: Univerdidad Bolivariana de Vezuela.				

Instrumento: Recopilación documental					
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
Torrealba Carlos Rodríguez Yohan	2009	Rodríguez, (2009) “La recopilación documental es un instrumento o técnica de investigación general cuya finalidad es obtener datos e información a partir de fuentes documentales con el fin de ser utilizados dentro de los límites de una investigación en concreto”.	La finalidad de esta técnica es la obtención de datos o informaciones a través de los documentos diversos que pueda poseer el objeto de la investigación, estos constituyen relevantes y necesarios (Rodríguez, 2009).	En la empresa en investigación se analizará los documentos de importación, ventas, kardex del año 2018, con el objetivo de observar la determinación de los precios de venta de las mercaderías importadas.	La recopilación documental es una técnica mediante el cual se obtiene datos o información de diversos documentos que pueda poseer la empresa, contribuyen en la investigación (Rodríguez, 2009). En la empresa en se determinará, analizará los importes de los comprobantes de importación, comprobantes de ventas y el kardex debido a que estos documentos sirven como base

					para la determinación de precio de venta.
Rodríguez, T. (11 de Marzo de 2009). <i>Técnicas de investigación documental</i> . Obtenido de Técnicas de Investigación Documental : http://dani14238551.blogspot.com/2009/03/la-recopilacion-documental-como-tecnica.html					
Técnica: Entrevista					
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
Buendía Eisman L., Colás Bravo P. y Hernández Pina, F.	2001	Bernal (2010) “La entrevista es una técnica que consiste en recoger información mediante un proceso directo de comunicación entre entrevistador(es) y entrevistado(s)” (p. 256).	La entrevista es el proceso mediante el cual el entrevistador formula una serie de preguntas para que puedan ser absueltas por el entrevistado. Las preguntas son formuladas según el requerimiento del investigador (Bernal, 2010).	En la investigación se entrevistará al contador de la empresa, al abogado tributarista, al asistente y al practicante.	La entrevista es una técnica cualitativa mediante el cual se obtiene información relevante para la investigación, se aplica a las personas relacionadas (Bernal, 2010). En la empresa se entrevistará al contador, al abogado tributarista, al asistente y al practicante.
Referencia:	Bernal, C. (2010). <i>Metodología de la investigación</i> (3a ed.). Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.				
Instrumento: Guía de entrevista					
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
Frans Johan Doorman	2002	Doorman (1991) “La guía consiste en una serie de preguntas que permite el desarrollo lógico y sistemático del diálogo, así como la uniformidad en el	La guía de entrevista es un instrumento que guía al entrevistador en la recabación de información respecto al tema de estudio, las preguntas formuladas en	Para realizar la entrevista a los sujetos informantes, en la investigación se formulará preguntas razonables, lógicas para que obtenga la esencia necesaria al ser aplicado al entrevistado.	La guía de entrevista permite al entrevistador obtener información del sujeto entrevistado, para lo cual es elaborado con cierta rigurosidad ya que es mediante este instrumento que se obtendrá la

	apunte de la información obtenida” (p.231).	el instrumento tienen que ser coherentes y uniformes (Doorman, 1991).	información deseada (Doorman, 1991). En la investigación se aplicará la guía de entrevista a los sujetos informantes ya que ellos poseen información valiosa que aportará para el logro de los objetivos.
Referencia:	Doorman, F. (1991). <i>La metodología del diagnóstico en el enfoque “Investigación Adaptiva”</i> . San José: Universidad Nacional Heredia (UNA)/Universidad Estatal de Utrecht (RUU)/Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).		

Método de análisis de datos: Triangulación				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos y Baptista Lucio María del Pilar	2014	(Hernández, Fernández & Baptista, 2014) “Triangulación de datos es la utilización de diferentes fuentes y métodos de recolección” (P.418).	Para la obtención de mayor riqueza de resultados es conveniente tener fuente de información y métodos que permitan recolectar información valiosa para la investigación, uno de los métodos es la triangulación de los resultados (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).	En la investigación la triangulación se realizó en el sistema Atlas.ti 8, de los resultados cualitativos obtenidos de las entrevistas a los sujetos informantes. Los resultados cuantitativos, del análisis y determinación del precio de venta, de las políticas, factores y métodos para su determinación, además de incluir conceptos sobre la categoría y sub categorías, los resultados permitieron obtener los resultados mixtos y con ello responder a los objetivos.
Referencia:	Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). <i>Metodología de la investigación</i> (6ta ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A de C.V.			