

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

Elizabeth Licares Mayta

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5097-7288>

Universidad Norbert Wiener, Perú

Correo para la correspondencia: elylicares20@gmail.com

Fernando Alexis Nolazco Labajos

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8910-222X>

Universidad Norbert Wiener, Perú

Correo para la correspondencia: fernandonolazco@gmail.com

Irma Milagros Carhuanchu Mendoza

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4060-5667>

Universidad Norbert Wiener, Perú

Correo para la correspondencia: irmamilagros@yahoo.com

Fecha de recepción: 3 de diciembre 2019

Fecha de aceptación: 15 de enero 2020

Resumen:

El objetivo de la investigación fue analizar la determinación del precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018. La determinación del precio perennemente es un problema para los empresarios que inician un negocio, la empresa en investigación no es indiferente a este problema. El siguiente artículo es de naturaleza descriptiva, de enfoque mixto porque permitirá la riqueza de los resultados, asimismo es de tipo proyectiva, se aplicó las técnicas de la entrevista y recopilación documental, se entrevistó a cuatro colaboradores de la empresa vinculados al problema de estudio, también se realizó los cálculos de los costos de importación, comparación con los precios de la competencia y se determinó los precios con dos métodos de determinación de precio de venta en base al costo. En consecuencia, la empresa no aplicó ningún método de determinación de precios, se observó y determinó que vendía sus productos al costo reflejado en el kardex, sin adicionar un margen de contribución. Así mismo, la determinación de los costos fue incorrecto debido a la falta de inclusión de los gastos relacionados a la importación, por otra parte, en noviembre del mismo año se aplicó un tipo de cambio incorrecto al precio Free on board incidiendo negativamente en el costo del producto.

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

Abstract:

The objective of the investigation was to analyze the determination of the sales price in a garment importing company, Lima 2018. Perennially pricing is a problem for entrepreneurs who start a business, the research company is not indifferent to this problem.

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)

Revista Trimestral del Instituto Superior Universitario Espíritu Santo

The following article is descriptive in nature, with a mixed approach because it will allow the richness of the results, it is also of a projective type, the techniques of interviewing and documentary collection were applied, four collaborators of the company were interviewed related to the study problem, import cost calculations, comparison with competitive prices were also performed, and prices were determined using two cost-based sales price determination methods. As a result, the company did not apply any pricing method, observed and determined that it was selling its products at the cost reflected in the kardex, without adding a margin of contribution. Similarly, the cost determination was incorrect due to the lack of inclusion of import-related expenses, on the other hand, in november of the same year an incorrect exchange rate was applied to the Free on board price adversely affecting the cost product.

Key Words: importation of cost; margin of gain; sales price determination methods; free on board price; kardex.

Introducción

En el mundo globalizado y competente de hoy cobra vital importancia para los empresarios establecer precios adecuados, tanto de la venta de productos o servicios con el fin de lograr sus objetivos económicos, por ello existen una gran variedad de mecanismos, formas, métodos, para determinar el precio. Según el informe de Núñez (2016) muchas de las empresas se direccionan 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. 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 que frecuentemente se cometen es establecer los precios muy altos o muy bajos así mismo relacionar la situación de la empresa con la de los clientes, establecer según los precios de mercado o de la competencia, no tener una escala de precios accesibles, acostumbrar a establecer precios fijos en vez de dinámicos. Los costos a nivel mundial han sido base fundamental por muchos años para el establecimiento de precios.

En el Perú se atraviesa por una situación deprimente en cuanto a la competencia de prendas de vestir a nivel nacional, por que las empresas dedicadas a este sector se ven afectadas por la importación de productos asiáticos, cuyos precios están subvaluados, por otra parte, García, Sánchez, Montoya & Gómez (2019) en el informe técnico respecto a la variación de los indicadores de precios realizado de enero a julio 2019 argumentan que el rubro de prendas de vestir y calzado a nivel nacional solo muestra una pequeña variación de 0.04%, los precios más altos se registran en la ropa de hombres como los ternos. Respecto a las mujeres se observa que el precio más alto corresponde a las casacas. 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, demostrando que 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

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)

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, en el año 2018 se observa que los comprobantes de pago emitidos por el personal de ventas, son iguales a los costos entregados por el área de contabilidad en el kardex, motivo por el cual se vende al costo y no se agrega margen de utilidad alguno, es por ello que existe un inadecuado cálculo de precio de venta, a ello se suma la duda de la veracidad y razonabilidad del cálculo de los costos de importación. Otro de los factores que puede estar influyendo es la falta de software y hardware adecuado, la empresa no 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 en la buena labor. Los costos se calculan en Ms Excel debido a los problemas que presenta las máquinas y la falta de interés por cambiarlas o mejorarlas puede inferir en el cálculo de los mismos, por otra parte, se omite la consideración de costos adicionales.

Los importes de las ventas no resultan ser razonables, en el año 2018 se registra ventas por S/. 379,404 en relación a la importación S/ 1'299,797, obteniendo un elevado crédito fiscal con un saldo acumulado de S/ 783,679, evidenciándose que las ventas no son sostenibles y tampoco permiten cubrir los costos.

Marco teórico

Para la investigación se revisó estudios previos, Osorio, Duque & Gómez (2015) detallan que las políticas para el establecimiento del precio basado en los costos, en los precios de la competencia, en los precios regulados, basados en el cliente, definidos por el canal de distribución, 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 fijar adecuadas estrategias de precios que repercutan 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.

Jácome (2015) confirma 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,

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)

se concluye que el ente no cuenta con un sistema para establecer los precios.

Solís (2014) verifica que el control de costos incide en el establecimiento del precio, la empresa no determina asiduamente los costos, el 40% de los encuestados manifestó que no existe una persona encargada del control de los materiales, además que no se cuenta con documentos sustentatorios respecto a los costos de los materiales, el precio se establece en función al mercado, razón por la cual se mantienen fijos por muchos años. En consecuencia, el incorrecto establecimiento de los costos del producto es 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 aplicada por la empresa para establecer sus precios es referente al mercado.

Rosales (2018) determina 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.

La teoría económica respaldada por Ricardo, Kafka, García, Marshall y Smith sustentan la importancia que posee 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, además de evaluar si son razonables en la proporción de sus adquisiciones. Así mismo esta teoría estudia el desarrollo económico, por ello en el ámbito empresarial es una preocupación constante el costo y precio de los productos (Kafka, 1997). También la teoría económica busca que los recursos asignados a las diferentes áreas o componentes del ente funcionen y obtengan resultados eficaces (García, 1994). Según esta teoría los consumidores adquieren los bienes recurrentemente y en cantidad analizando varios factores, uno de los más comunes son los precios bajos o asequibles (Cadena, 2011). Smith señala que los precios constituyen el eje fundamental que actúa invisiblemente en la orientación de los recursos para generar mayores valores económicos, además permite la determinación del valor de sus recursos (Cadena, 2011). Por ello, esta teoría cobra vital importancia debido a que nos permite identificar si los precios asignados a las prendas de vestir importadas constituyen adecuados para mejorar la economía de la empresa.

La teoría contable se basa en un conjunto de proposiciones, reglas, definiciones, teoremas para explicar los hechos económicos de una organización; mencionan que es un conjunto de razonamientos lógicos que son expresados en principios que constituyen referencias para evaluar las técnicas existentes (Rebaza, 2007). Del mismo modo afirman que es un sistema que facilita el funcionamiento para rendir cuentas entre las partes interesadas de una determinada información. En la empresa se verifica si los costos son entregados en la fecha requerida por el gerente para establecer los precios de venta. 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

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)

(Shyam, 2005). Esta perspectiva permite 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. 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).

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

Las políticas de establecimiento de precios son un conjunto de lineamientos, estrategias, criterios y hasta normas que permite la regulación y fijación de los mismos; 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. 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 en la 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), también la calidad del producto, si lo ofrecido al mercado es aceptado y satisface al cliente, entonces es una ventaja y proporciona grandes beneficios (Castro y Gonzales, 2017). La competencia es un factor que permite medir el precio y mejora a la empresa (García, 2017). Por último, juega un papel muy importante la localización del negocio, en este sentido se puede tener un buen producto, sin embargo, si este no se encuentra en el lugar adecuado, entonces genera desventajas, sucederá lo opuesto si se ubica en un lugar estratégico (Becerra, 2013). La empresa puede 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 se analiza dos de los métodos mencionados en los siguientes párrafos: 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. También tenemos 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

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)

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 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).

Las teorías que sustentan la investigación son: la teoría económica y la teoría contable debido a que cada una de ellas son soporte para la investigación, la primera teoría permite 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 e iguales al costo. Por último, la segunda teoría permite 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 observa que las ventas que se realiza son al costo, lo cual es preocupante, la empresa en vez de generar ingresos estaría perdiendo el capital, sus recursos y generando más pasivos por préstamos. El propósito de la investigación es 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.

El objetivo de la investigación es analizar la determinación del precio de venta en una empresa importadora de prendas de vestir, Lima 2018

Materiales y métodos

La investigación se llevó a cabo bajo el enfoque mixto porque permitió obtener mayor información al combinar dos enfoques. El resultado de la investigación permitió saber la razón por la que las mercaderías importadas son vendidas al costo, a partir de los resultados se buscaron estrategias para determinar adecuadamente los costos y el precio de venta de las mercaderías importadas.

La principal categoría en la investigación es el precio de venta constituido por sus sub categorías como: las políticas para la fijación de precios, factores que influyeron en la determinación del precio de venta y los métodos para calcular el precio de venta.

La población es un conjunto total de unidades a los que se deseó investigar (Fracica, 1988). En la investigación la empresa importadora constituyó toda la población. La muestra es el fragmento de la población que se investigó, nos permitió obtener información respecto al objetivo de la investigación (Bernal, 2010). En la investigación se aplicó el muestreo por conveniencia. Y se evaluó cuantitativa y cualitativamente a los documentos relacionados a la determinación del precio de venta como: Documentos de importación, comprobantes de pago de 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 brindó información relevante que ayudó a conocer y construir la investigación (Hernández, Mirabal, Otálvora, & Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)

Uzcátegui, 2014). En la empresa en investigación las unidades informantes fueron un contador quien conoció las bases para la determinación del costo, el abogado tributarista quien conoció los aspectos legales de la importación, un asistente contable quien se encargó de los registros contables de los comprobantes en general y por último el practicante quien se encargó de calcular los costos de las importaciones.

La técnica fue la entrevista, proceso mediante el cual el entrevistador formula una serie de preguntas para que puedan ser absueltas por el entrevistado. Las preguntas fueron formuladas según el requerimiento del investigador (Bernal, 2010). En la investigación se entrevistó al contador de la empresa, al abogado tributarista, al asistente, al practicante. Los instrumentos que permitieron la obtención de información fueron la guía de entrevista y la recopilación documental, el primer instrumento permitió al entrevistador obtener información del sujeto entrevistado, para lo cual fue elaborado con cierta rigurosidad ya que es mediante este instrumento que se obtuvo la información deseada (Doorman, 1991).

En la investigación se aplicó la guía de entrevista a los sujetos informantes ya que ellos poseen información valiosa que aportó para el logro de los objetivos. El segundo instrumento que fue la recopilación documental es una técnica mediante el cual se obtuvo datos o información de diversos documentos que poseía la empresa, contribuyen en la investigación (Rodríguez, 2009). En la empresa en estudio se determinó, analizó los importes de los comprobantes de importación, comprobantes de ventas y el kardex debido a que estos documentos sirvieron como base para la determinación de precio de venta. Por último, los resultados cuantitativos y cualitativos se procesaron mediante la triangulación en el sistema Atlas.ti 8. Para la obtención de los resultados mixtos.

Resultados y discusión

Resultados

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 afirmaron 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 afirmaron que la empresa importadora no aplicó ningún método de determinación de precios, ello sustenta que al elaborar el kardex se observó que las mercaderías detalladas en los comprobantes de pago reflejaban el costo, es decir la empresa no asignó el margen de ganancia a sus productos. Así mismo, los entrevistados mencionaron que la empresa no estableció sus precios en base a la competencia, como se aprecia en la figura 1.

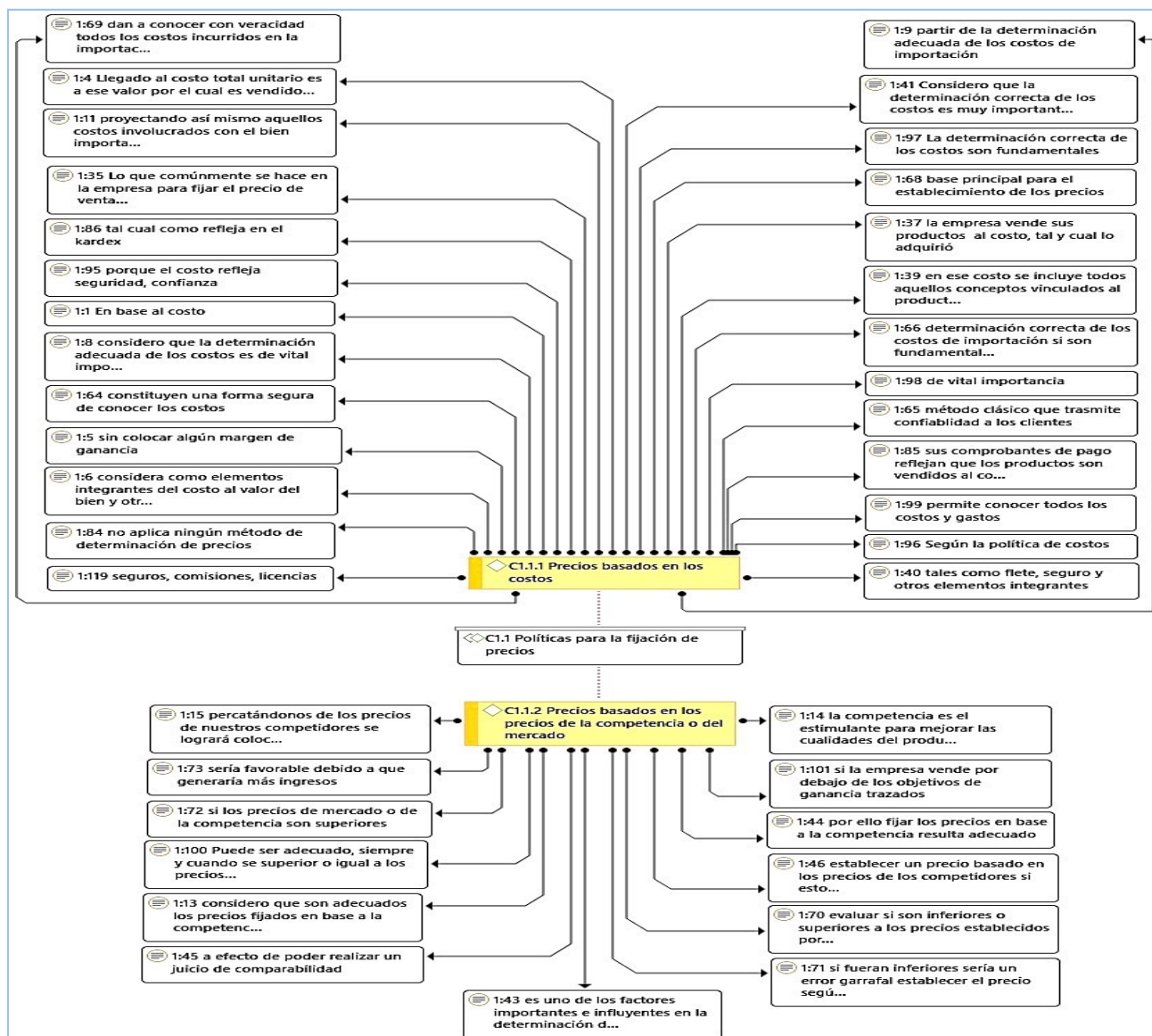


Figura 1 Triangulación en el sistema Atlas.ti 8 los resultados de las entrevistas sobre las políticas para la fijación de precios

Para contrastar las observaciones se recalculó las importaciones del año 2018, así mismo se corroboró que política siguió 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 S/ 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 estuvo constituido por el valor CIF 103,214.83, derechos e impuestos por un importe de 13,828.00, y los gastos

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)

relacionados a la importación por total de S/ 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 debió a que en este mes el personal encargado de determinar el costo no consideró 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.

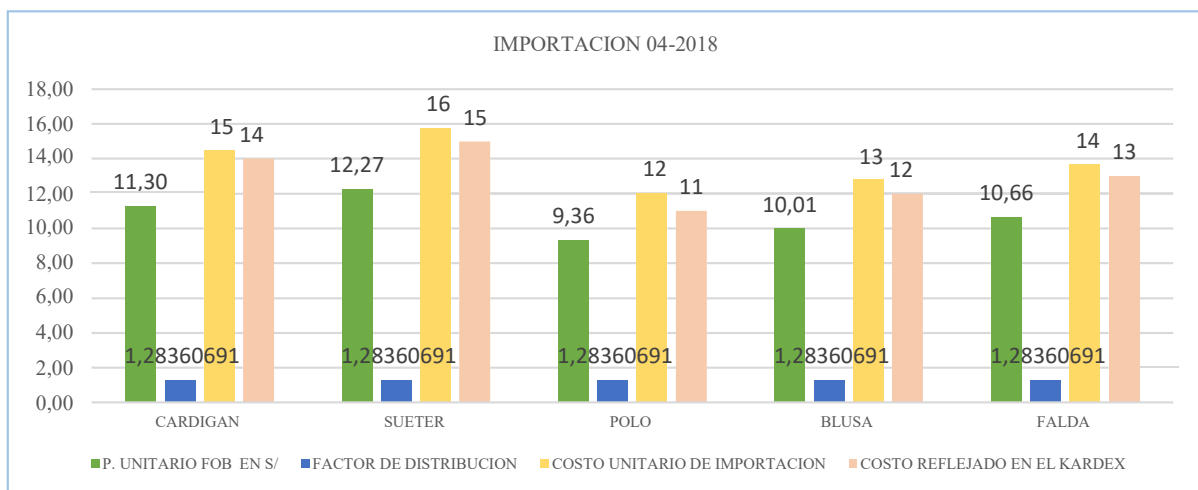


Figura 2 Determinación de los costos de importación 04-2018

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.

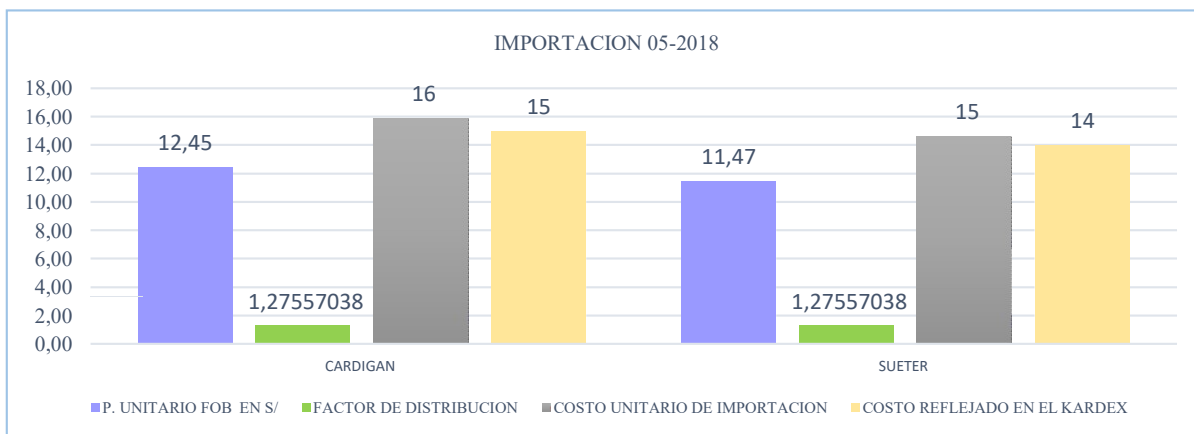


Figura 3 Determinación de los costos de importación 05-2018

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 de 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.

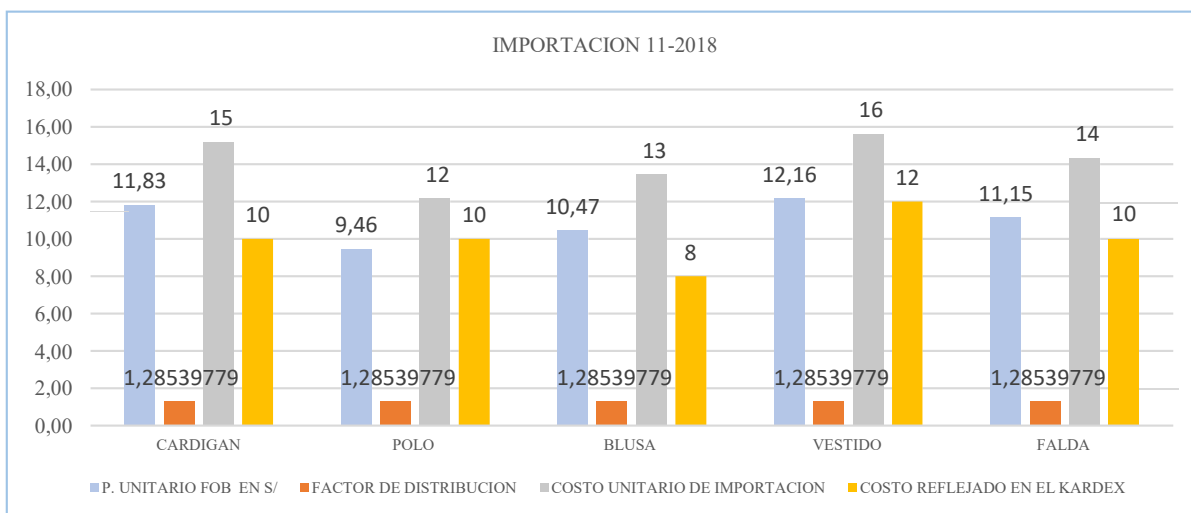


Figura 4 Determinación de los costos de importación 11-2018

Por lo cual se demostró que la empresa fijó sus precios en base a la política de costos, se corroboró que en la empresa no determinaron correctamente los costos de

importación, debido a que el personal encargado de elaborar el costo estuvo en proceso de aprendizaje, no tenía los conocimientos necesarios o la experiencia suficiente.

Se determinó y comprobó que la empresa no fijó 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 asignó a sus precios un margen de utilidad. Partiendo de los costos de la empresa se determinó que la competencia ganó 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.

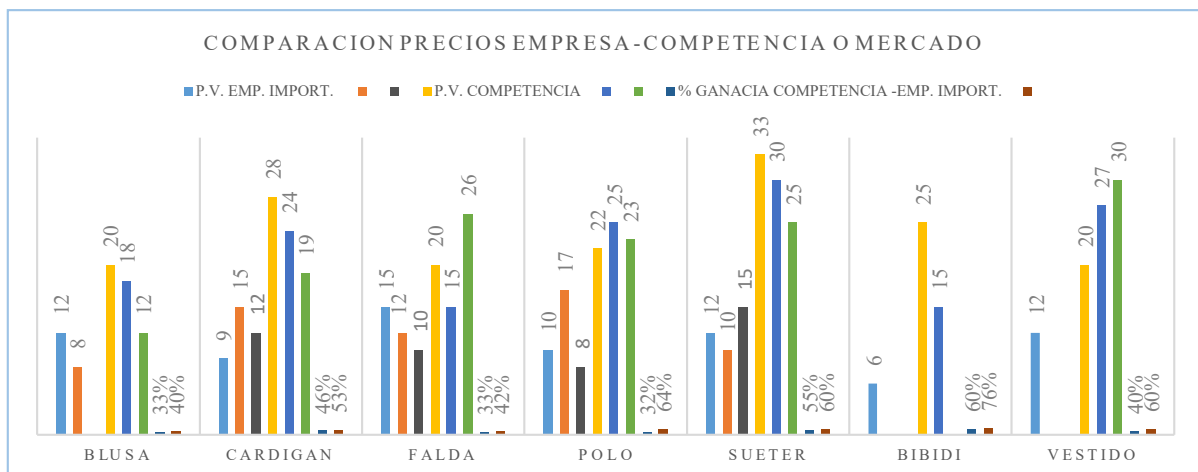


Figura 5 Precios de la empresa importadora y competencia o mercado

Los entrevistados afirmaron que la calidad del producto y la localización de la empresa juegan un papel muy importante para establecer los precios. Se verificó la calidad de la tela por los que están compuestos los productos importados y si este factor tuvo 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 analizó que las mercaderías importadas en el año 2018 son de modelos varios, teñidos, de acabado normal, de talla estándar. La blusa estuvo compuesta por 100% de tela poliéster. El cárdigan compuesto en mayor proporción 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, en los polos para su elaboración se usó en mayor porcentaje la tela rayón viscosa en un 70%, también tela poliamida en un 25% y 5% de poliuretano. El suéter elaborado de rayón viscosa en 70%, poliamida en 25%, poliuretano en un 5% y por último el vestido compuesto 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, en el caso de la tela rayón viscosa su textura se

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)

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, 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 y no se arruga.

En la entrevista realizada a los sujetos informantes afirmaron que la empresa importadora se encuentra en una zona oculta y de poco acceso, lo cual no permitió 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, ello permitió confirmar que la calidad del producto y la localización influyen en la determinación del precio. También se confirmó que la empresa no podría establecer un precio superior al de la competencia o mercado.

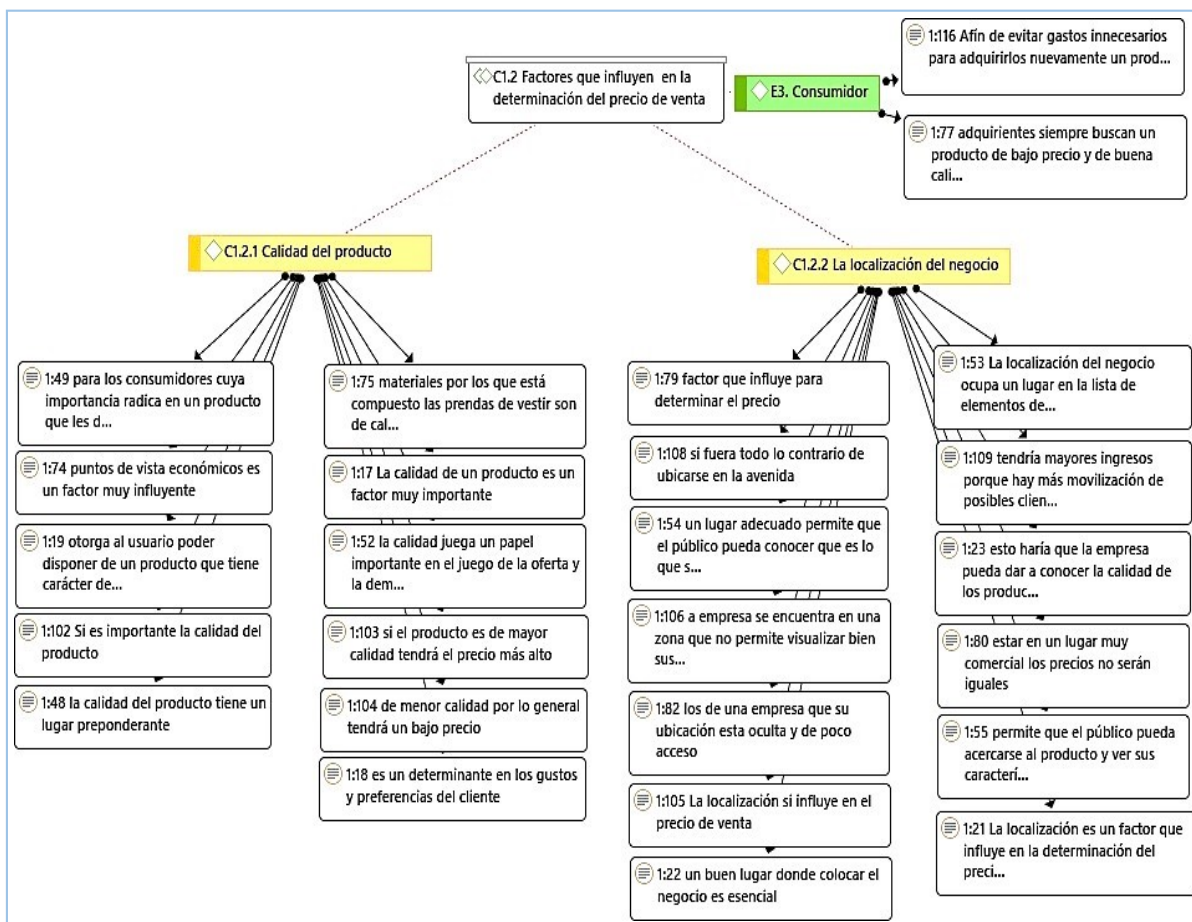


Figura 6 Triangulación en el sistema Atlas.ti 8 los resultados de las entrevistas sobre los factores que influyen en la determinación del precio de venta.

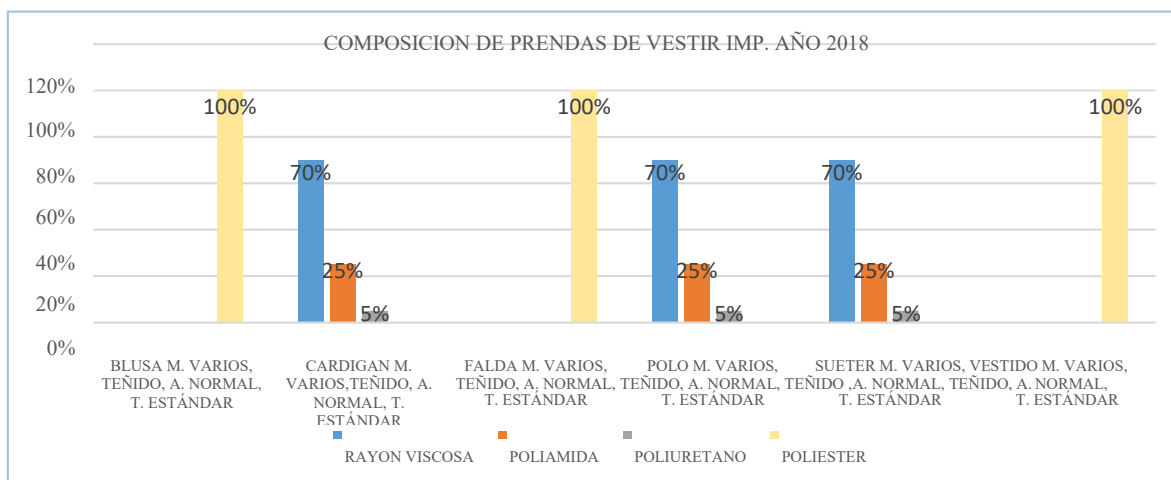


Figura 7 Detalle de composición de las prendas de vestir importación año 2018

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. El otro método planteado en base al costo, es precio sobre la base del costo más margen sobre el precio, los entrevistados afirmaron que este método sería más factible debido a que permitiría generar el margen o porcentaje de ganancia establecido.

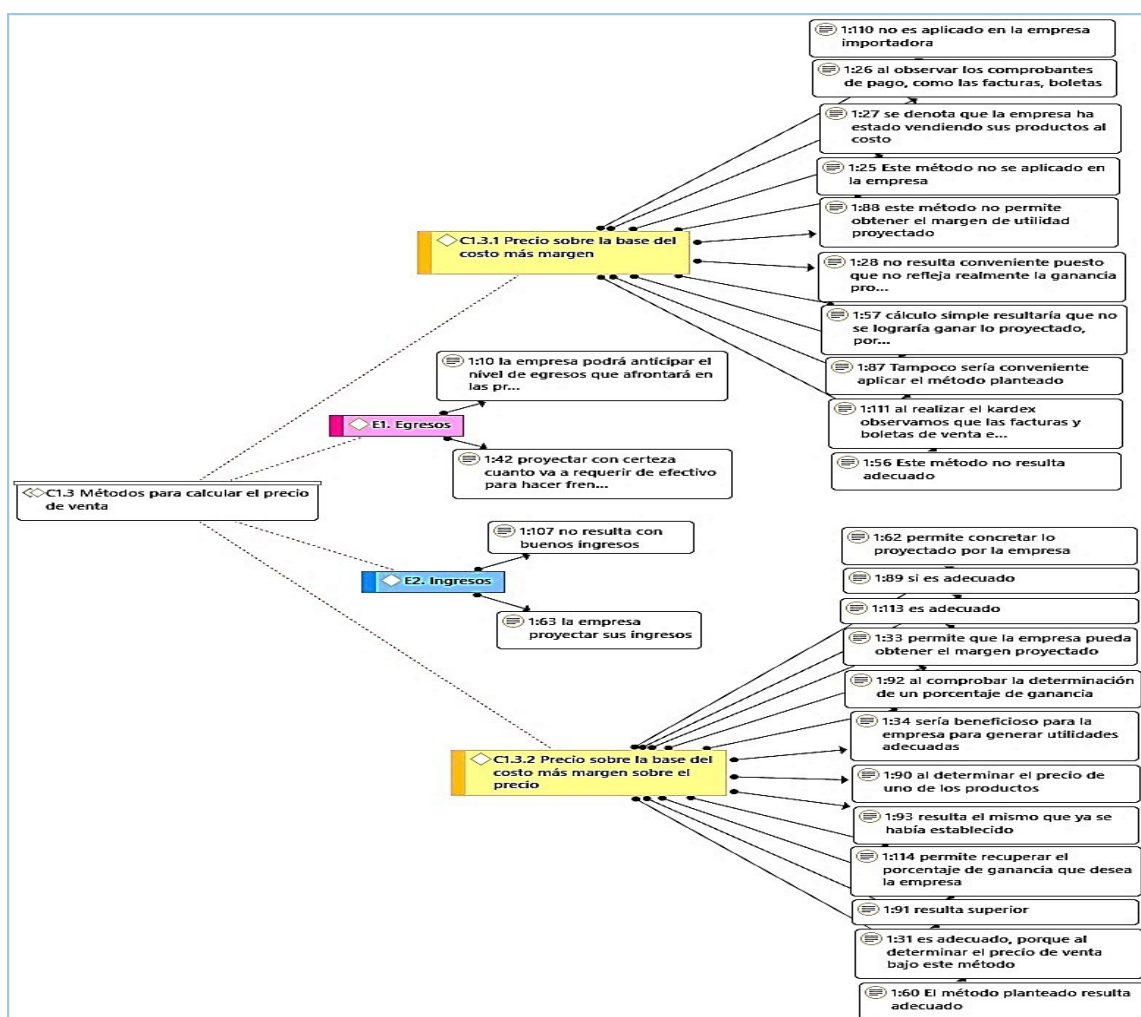


Figura 8 Triangulación en el sistema Atlas.ti 8 los resultados de las entrevistas sobre los métodos para calcular el precio de venta



En la empresa se seleccionó los comprobantes de pago aleatoriamente para determinar los precios de los productos vendidos, se aplicó un margen de ganancia del 30% para todos los productos, el costo unitario de la blusa es de 8 y 12, aplicando el método el precio resultó 10 y 16, del mismo modo el cárdigan el costo oscila desde 9, 12 y 15, determinando con el método fue 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 un precio de 13, 16, 20 respectivamente. Respecto a los polos se observó que los costos son 8, 10, 17 y se determinó un precio de 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 observó 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 observó 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 este método no es del todo confiable.

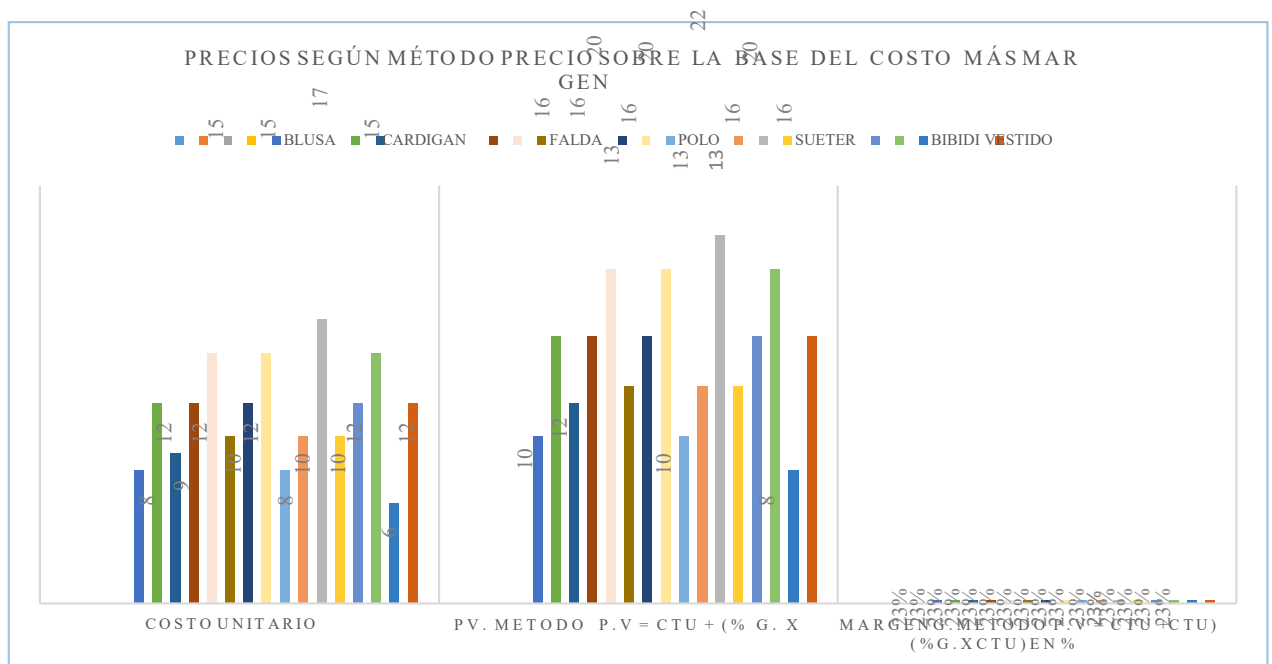


Figura 9 Determinación de precios según método precio sobre la base del costo más margen

El otro método planteado en base al costo, es precio sobre la base del costo más margen sobre el precio, se determinó para confirmar si este método se puede aplicar en la empresa, para lo cual se seleccionó una boleta y una factura de cada mes, debido a que la

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)



venta se circunscribe 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 el precio 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 observó 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 observó 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

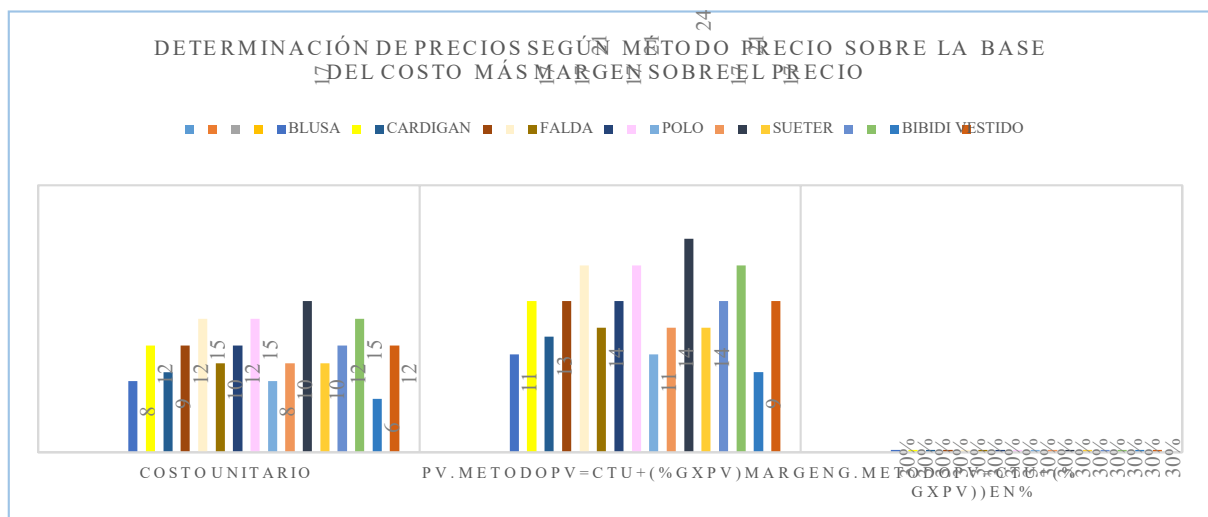


Figura 10 Determinación de precios según método precio sobre la base del costo más margen sobre el precio

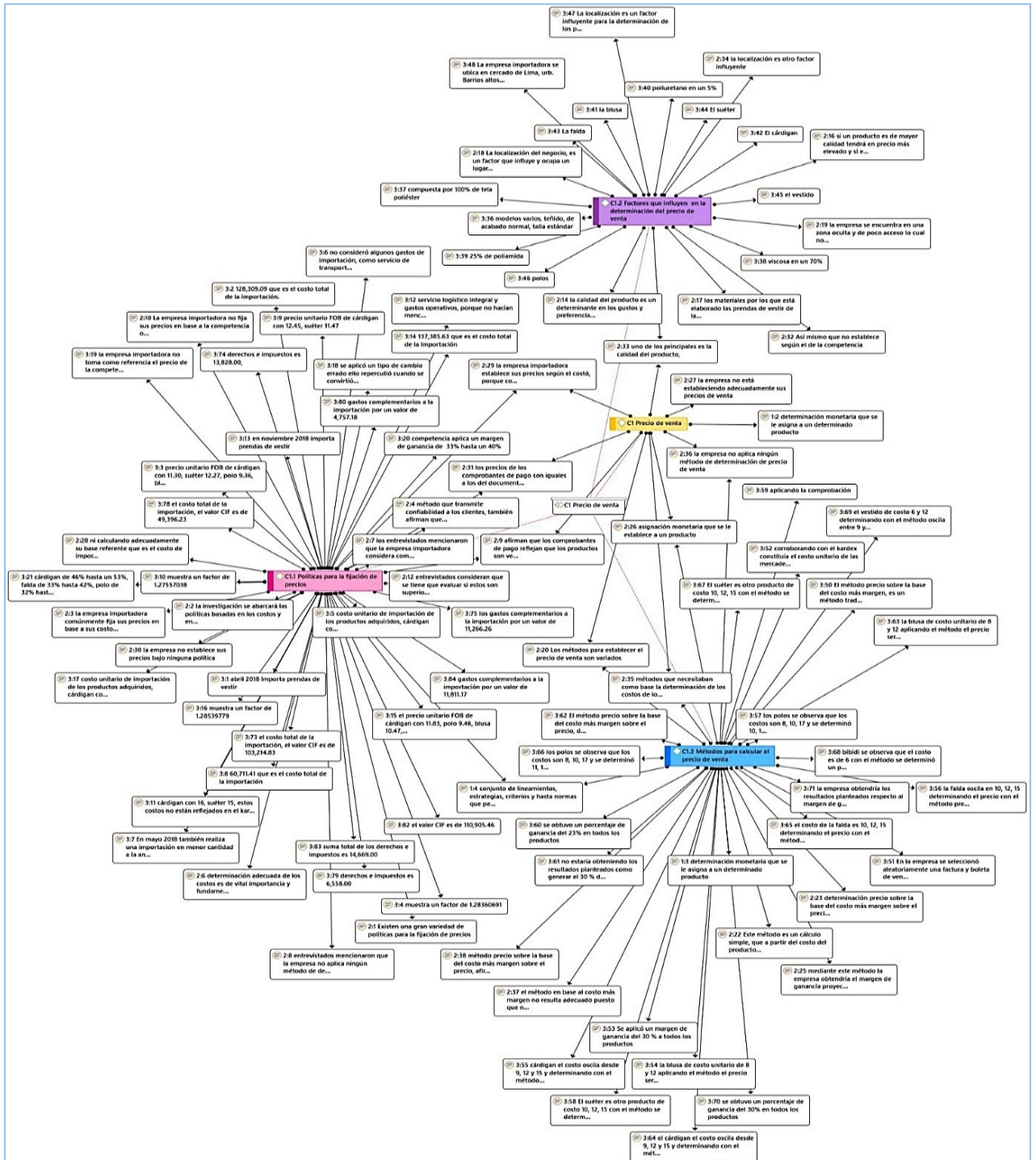


Figura 11 Triangulación en el sistema Atlas.ti 8 los resultados cuantitativos y cualitativos del precio de venta, políticas para la fijación de precios, factores que

influyen en la determinación del precio de venta y los métodos para calcular el precio de venta.

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, finalmente se coincide con Rosales (2018) porque los costos adicionales (flete, oferta y demanda de mercado) influyen en la determinación del precio.

Conclusiones

Se concluye que la empresa importadora considera como referencia los costos reflejados en el kardex para vender sus productos, esto está reflejado en los comprobantes de pago como boletas y facturas emitidas en el periodo 2018.

Existe una inadecuada determinación de los costos de importación de abril, mayo y noviembre del año 2018, debido a que al recalcularse los costos de importación se obtuvieron 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.

Al determinar los costos de importación, considerando los gastos mencionados

anteriormente se observó un incremento moderado del costo de importación, puesto que el factor de distribución juega un papel importante en dicha operación. Por ende, si la empresa tiene como base referente los costos de importación, para calcular los mismos de forma razonable y adecuada debe considerar todos los costos y gastos involucrados para la importación de sus productos.

La empresa no toma en cuenta los precios de la competencia o mercado a pesar de que estos son superiores un claro ejemplo es la blusa sus precios en la empresa oscilan de 8 a 12 soles mientras que en otras empresas importadoras están de 12, 18 y 20 lo cual representa que la competencia gana en un 33% hasta un 40% respecto a los precios de la empresa.

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.

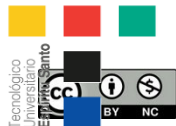
Asimismo, se concluye que la empresa no aplicó ningún método de determinación de precio de venta, debido a que se observa que los comprobantes de pago reflejan los costos establecidos en el kardex. Por lo cual se aplicó dos métodos de determinación de precios en base al costo a los comprobantes seleccionados 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.

Ante este análisis se recomienda a las empresas importadoras determinar adecuadamente sus costos de importación siguiendo las bases legales, normas de cada país sumado a ello procesos adecuados, si estas consideran el costo como base referente para el establecimiento de sus precios, así mismo elegir las estrategias más saludables y adecuadas para el establecimiento de los precios justos y equitativos tanto para el consumidor como para las empresas, aplicando siempre un margen de ganancia adecuado, tomando como base referente los precios de la competencia o mercado y considerando como fuente potencial la calidad del producto y ubicación de la empresa.



Referencias

- Becerra, V. (22 de febrero de 2013). *La localización del negocio*. Emprende Pyme. Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/crear-empresa/la-localizacion-del-negocio>
- Bernal, C. (3a ed.). (2010). *Metodología de la investigación*. Bogotá, Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Cadena, J. (2011). La teoría económica y financiera del precio: Dos enfoques complementarios. *Criterio libre*, 59-80. doi: <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2011v9n15.1202>
- Castro y Gonzales. (21 de Abril de 2017). *La calidad de los productos y su importancia*. Castro y Gonzales. Recuperado de <https://blog.castroygonzalez.es/la-calidad-de-los-productos-y-su-importancia/>
- Delzart, J. (3a ed.). (2013). *Costos y presupuestos de comercio exterior*. Buenos Aires, Argentina: Aplicación Tributaria S.A.
- Doorman, F. (1991). *La metodología del diagnóstico en el enfoque "Investigación Adaptiva"*. San José, Costa Rica: Universidad Nacional Heredia (UNA)/Universidad Estatal de Utrecht (RUU)/Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
- Fracica, G. (1988). *Modelo de simulación en muestreo*. Bogotá, Colombia: Universidad de la Sabana.
- García, I. (19 de Setiembre de 2017). *Definición de competencia*. Economía Simple.net. Recuperado de <https://www.economiasimple.net/glosario/competencia>
- García, J., Sánchez, A., Montoya, L., & Gómez, G. (8 de Agosto de 2019). *Variación de los indicadores de precios de la economía*. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/precios.pdf>
- García, S. (1994). *Teoría económica de la empresa*. Madrid, España: Díaz de Santos S.A.
- Hernández, J., Mirabal, P., Otálvora, J., & Uzcátegui, M. (2014). *Población*, Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)
- Revista Trimestral del Instituto Superior Universitario Espíritu Santo



muestra, informantes clave, variable, unidad de análisis. Mérida, Vezuela: Univerdidad Bolivariana de Vezuela.

Jácome, L. (2015). *Los costos de producción y la fijación de los precios de venta en la empresa Impactex.* (Tesis de pregrado de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría). Universidad Técnica de Ambato, Ambato.

Kafka, F. (3a ed.). (1997). *Teoría Económica.* Lima, Perú: Universidad del Pacífico.
Kotler, P., & Keller, K. (14a ed.). (2012). *Dirección de marketing.* México: Pearson Educación de Mexico S.A. de C.V.

Microeconomía. (16 de Setiembre de 2012). *Mercado, demanda y oferta.* Principios e instrumentos. Recuperado de <https://principioseinstrumentos.wordpress.com/2012/09/16/mercado-demanda-y-oferta/>

Núñez, E. (8 de Febrero de 2016). *¿Cómo se debe calcular el precio de venta de un producto?.* FundaPymes.com. Recuperado 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.

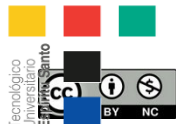
Pérez, D., & Martínez, I. (2006). *El Precio. Tipos y Estrategias de fijación.* España: eoi Escuela de Negocios.

Piero, A. (2015). *Demanda.* Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>

Rebaza, I. (2007). *Fundamentos para el desarrollo de una investigación contable.* Lima, Perú: Lulu.com.

Rodríguez, T. (11 de Marzo de 2009). *La recopilación documental como técnica de investigación.* Técnicas de investigación documental. Recuperado de <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 pregrado de Contador Público). Universidad César Vallejo, Lima.



<https://www.espirituempredortres.com/>

RPP Noticias. (9 de Mayo de 2017). Acusan a 178 importadoras de cometer dumping en el mercado textil peruano. *RPP Noticias-economía*. Recuperado de <https://rpp.pe/economia/economia/acusan-a-178-importadoras-de-cometer-dumping-en-el-mercado-textil-peruano-noticia-1049475>

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. Recuperado de <https://www.lifestylealcuadrado.com/determinar-el-precio-de-venta/>

Shyam, S. (2005). *Teoría de contabilidad y el control*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Solis , F. (2014). *El control de costos y la determinación del precio de venta en la empresa 3W Moncayos's Garden. (Tesis de pregrado de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría)*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato.

Vargas, G. (2a ed.). (2006). *Introducción a la teoría económica un enfoque latinoamericano*. México: Pearson Educación de México, S.A de C.V.

Vásquez, R., & Bongianino, C. (1a ed.). (2008). *Principios de teoría contable*. Buenos Aires, Argentina: Aplicación Tributaria S.A.