

LA ECONOMÍA CIRCULAR Y EL DERECHO A UN AMBIENTE SALUDABLE EN LA CIUDADELA BRISA DEL RÍO DE LA CIUDAD DE BABAHOYO

THE IMPORTANCE OF THE COST OF PRODUCTION IN FOOD PRODUCT VENTURES

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14803556>

AUTORES:

Menendez Marquinez Carlos Alberto ^{1*}

Haz Cadena Yomara Paola ²

Burbano Cabrera Jaime Santiago ³

Macías Peñafiel Karla Yalile ⁴

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: cmendez@utb.edu.ec

Fecha de recepción: 06 / 12 / 2024

Fecha de aceptación: 13 / 12 / 2024

RESUMEN

El costo de producción es uno de los elementos clave que determina la rentabilidad y la viabilidad de los emprendimientos en el sector alimenticio, un sector caracterizado por márgenes de beneficio relativamente estrechos y una alta competencia. Este artículo aborda la importancia del costo de producción en los emprendimientos de productos alimenticios, analizando sus implicaciones en la toma de decisiones estratégicas, la fijación de precios, y la competitividad en el mercado. A lo largo de este trabajo, se identifican y se desglosan las principales variables que inciden en los costos de producción.

Se reconoce cómo los emprendedores deben gestionar las fluctuaciones en los precios de las materias primas, que son un factor esencial para la estabilidad de los costos de producción. Las variaciones en los costos de los insumos, ya sea por cambios en la oferta, la demanda o factores externos como las políticas comerciales y las condiciones climáticas, tienen un impacto directo en la rentabilidad de los emprendimientos.

La gestión eficiente del costo de producción no solo es un aspecto técnico crucial para la rentabilidad de los emprendimientos alimenticios, sino también un factor decisivo en su capacidad para innovar, adaptarse y mantenerse competitivos en un mercado global cada vez más dinámico y exigente. Este estudio resalta que el control de los costos es, por lo tanto, un componente esencial de la estrategia empresarial que debe ser constantemente monitoreado

^{1*} <https://orcid.org/0000-0002-7637-5074>, Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador, cmendez@utb.edu.ec

² <https://orcid.org/0000-0002-3236-8745>, Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador, yhaz@utb.edu.ec

³ <https://orcid.org/0000-0003-3832-7415>, Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador, jburbano@utb.edu.ec

⁴ <https://orcid.org/0000-0000-0000-000>, Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador, kmacias@fafi.utb.edu.ec

y ajustado para asegurar el crecimiento y la sostenibilidad de los emprendimientos en la industria alimentaria.

Palabras clave: Costos de producción, crecimiento, utilidad, emprendimiento, productos alimenticios

ABSTRACT

Cost of production is one of the key elements that determine the profitability and viability of ventures in the food sector, an industry characterized by relatively narrow profit margins and high competition. This article addresses the importance of the cost of production in food product ventures, analyzing its implications for strategic decision making, pricing, and market competitiveness. Throughout this paper, the main variables affecting production costs are identified and broken down.

It is recognized how entrepreneurs must manage fluctuations in raw material prices, which are an essential factor for the stability of production costs. Variations in input costs, whether due to changes in supply, demand or external factors such as trade policies and weather conditions, have a direct impact on the profitability of enterprises.

Efficient production cost management is not only a crucial technical aspect for the profitability of food enterprises, but also a decisive factor in their ability to innovate, adapt and remain competitive in an increasingly dynamic and demanding global market. This study highlights that cost control is, therefore, an essential component of business strategy that must be constantly monitored and adjusted to ensure the growth and sustainability of food industry enterprises.

Keywords: *Cost of production, growth, profitability, entrepreneurship, food products*

INTRODUCCIÓN

En la última década, las microempresas han emergido como actores importantes en la economía local y regional del Ecuador. En particular, el sector de alimentación en el Cantón Babahoyo ha visto un crecimiento significativo en la cantidad y diversidad de microempresas que operan en este campo. Estas microempresas enfrentan desafíos únicos, pero también aprovechan ventajas competitivas que les permiten competir efectivamente en el mercado.

Los costos de producción son una parte de la contabilidad que muchas empresas ecuatorianas no identifican ni llevan correctamente al no estar obligados a llevar sus registros por ser catalogadas empresas *No Obligadas a llevar contabilidad*. Mas es esta parte de la contabilidad, la que nos permite llevar un control detallado por cada uno de los productos que ofrece cualquier empresa, en cada uno de los elementos del Costo de Producción y del Costo de Distribución.

Para Barriga et al. (2020) “Toda información en la contabilidad de costos sirve de herramienta a la empresa en un momento determinado para la toma de decisiones, por lo cual la contabilidad de costos es una herramienta de gran ayuda y utilidad en cualquier empresa” (p. 49). La posibilidad de planificar adecuadamente sirve para tomar decisiones gerenciales

y por supuesto optimizar los costos en actividades que regularmente puede haber algún mal uso de los recursos por no disponer de la información correcta.

Históricamente se ha entendido que solo las empresas industriales deben llevar la contabilidad de costos, pero la realidad indica que todas las empresas cuentan con costos de producción y de operación o distribución. Para García y Mora. (2023) “La rentabilidad comercial de los productos o servicios de una empresa debe lograrse ajustando sus costos.” Esto debido a que las empresas comerciales deben igual utilizar Mano de Obra para el desarrollo de sus operaciones, así como también las empresas de servicios cuentan con costos de Materia Prima Directa y de Mano de Obra Directa que deben ser analizados, contando con que es fácil determinar que toda empresa tiene Costos Indirectos de fabricación como son el alquiler, depreciaciones, jefaturas de fábrica, entre otros.

En las empresas de servicios, la materia prima son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan considerarse como producto terminado. Son identificable al ser los insumos que se utilizan para poder brindar el servicio analizado, en el caso de los servicios de alimentación, es fácil identificar a los ingredientes que se utilizan para la preparación del producto que se va a identificar los costos. Para Romero, Sánchez y Andrade (2020) “la materia prima incluye el transporte de la misma, la aduana, los impuestos y demás elementos que deben calcularse por unidad producida” (p. 514). La inclusión de estos rubros dentro del valor de inventario es debido a que de esta manera se puede saber el valor real de lo que nos cuesta la materia prima de nuestro producto.

El segundo elemento del costo que se debe identificar y analizar en cualquier producto o servicio es el de la Mano de Obra. Garcés (2020) en su estudio de tesis de tercer nivel, citando a De Mateo, Bergé, Sabater (2010), indica que “mano de obra son todas las erogaciones que hacen referencia al salario, la seguridad social y las prestaciones sociales de las personas que se involucran en las actividades para la producción.” (p. 26). Esta mano de obra debe a su vez identificarse entre mano de obra directa e indirecta, esto según las funciones que realicen, y si estas son parte directa o no del proceso de producción.

El tercer elemento del costo de producción se refiere a los Costos Indirectos de Fabricación, o también conocidos como Gastos Generales de Fabricación, estos rubros corresponden a lo que cancela la empresa necesaria para su proceso productivo, pero que no interviene directamente en la transformación de este. En Calero (2024), indica que “Los costos indirectos afectan el proceso de fabricación de uno o más productos y, por lo tanto, no pueden medirse ni asignarse regularmente a pasos de producción o productos específicos.”. Esto debido a que, por definición, los costos indirectos son difícilmente identificables o cuantificables.

Este elemento del costo es uno de los más complicados de asignar, pero a su vez uno de los que puede repercutir de mayor manera en el control de los costos de un producto. Los costos indirectos son muy variados, van desde la materia prima indirecta, mano de obra indirecta, jefes y supervisores, alquiler, servicios básicos, depreciaciones, oficinistas de fábrica,

seguridad, limpieza, etc., por lo que se debe tomar en consideración para poder agruparlo correctamente a cada orden de producción que realice la empresa.

Conocer detalladamente los elementos del costo de producción como materia prima, mano de obra y otros costos indirectos, permitirá a los emprendimientos de la industria alimenticia fijar precios justos y competitivos que cubran los costos de producción los cuales generen un margen de beneficio adecuado. Además, este análisis proporcionará una visión clara de los elementos que influyen en el costo total del producto. Identificar áreas donde se pueden reducir costos innecesarios, optimizar procesos o negociar mejores condiciones para mejorar el rendimiento del emprendimiento.

Comprender los costos de producción es esencial para una sólida planificación financiera y la competitividad del producto en el mercado. El emprendimiento podrá elaborar presupuestos precisos y realistas, identificar posibles desviaciones en los costos y tomar medidas correctivas a tiempo para asegurar la viabilidad económica del producto. Este estudio busca analizar los costos de producción de un emprendimiento de alimentos en la ciudad de Babahoyo, para poder medir su costo bruto y neto y poder identificar la relevancia de estos dentro de la utilidad operativa de la empresa.

En la última década, las microempresas han emergido como actores importantes en la economía local y regional de muchos países, incluido Ecuador. Estas microempresas enfrentan desafíos únicos, pero también aprovechan ventajas competitivas que les permiten competir efectivamente en el mercado. Estas ventajas competitivas de las microempresas, no es lo mismo que de los emprendimientos, pese a que regularmente se confunden ambos significados.

Socorro (2020), expresa la definición de estos negocios de la siguiente manera

El emprendimiento no está motivado, necesariamente, por la carencia de empleo, en algunos casos su motivación surge de requerimientos académicos, retos personales, su propia visión de los negocios e, incluso, de su agudeza al observar la necesidad de dar respuesta a un nicho del mercado que, por alguna razón, no ha sido explorado suficientemente por las empresas existentes. Con frecuencia el emprendedor hace uso de tecnologías emergentes o la combinación de tecnologías existentes para ofrecer un producto o servicio de una manera innovadora, que rompe con los estándares comunes y usualmente aceptados... Por el otro lado, un microempresario no necesariamente busca dar respuesta a una necesidad del mercado, puede ser una persona o un grupo de ellas que deciden formar una empresa para satisfacer su necesidad de ingresos y/o responder a sus responsabilidades financieras. Los microempresarios pueden elegir un modelo de negocios existente, asimilado como seguro y, simplemente, replicarlo. (p. 21)

Muchas tendencias que ya están en marcha en la economía global se están acelerando por el impacto de la pandemia (Dahik, 2020) al indicar que una paralización de oferta y demanda de bienes y servicios de esta magnitud, no se ha dado antes en la historia, excepto por las guerras. Pese a que ya han pasado varios años de que inicio la pandemia, los

microemprendimientos tuvieron su auge durante la misma, y son ideas de negocios que aún se mantienen y que se actualizan, pero siguen manteniendo en gran medida la forma de interpretarse a los negocios sobre todo en el sector alimenticio.

De acuerdo con la CEPAL (2020), estamos ante un escenario de recesión mundial que se mantiene en los últimos cinco años, y que, en la economía del Ecuador, no ha mejorado según las cifras presentadas; más aún, las economías podrían incluso enfrentarse a una contracción de mediano plazo sin una rápida recuperación. Estos efectos van a influenciar en las actitudes sobre la eficiencia de los empresarios, el futuro del capitalismo, la densificación de la actividad económica y la vida, la política industrial, el enfoque de los problemas que afectan a la sociedad y exigen una acción global y colectiva.

Según datos del Banco Mundial (2020), para el año 2021, el número de personas que viven con menos de \$1,90 al día aumentó en 150 millones. La economía ha generado las bajas más pronunciadas de los últimos 30 años, y esto aún no ha terminado. Muchas pequeñas y medianas empresas tuvieron que cerrar sus puertas, dejando en el desempleo ha millones de personas, la restauración de la economía será paulatina y difícil, los organismos internacionales y los gobiernos deberán trabajar mancomunadamente para fortalecer a la economía familiar.

Según Campuzano, Anchundía y Baque (2021) “La microempresa en Ecuador, así como en América Latina y el mundo, se sustenta tanto en el nivel de generación de empleo y de ingresos” (p. 443). Este concepto refuerza el hecho del surgimiento de microempresas en el sector alimenticio durante la pandemia y posterior a ella. Esto debido a todas las empresas que cerraban y todos los empleos que se perdieron.

Los emprendimientos en el sector de alimentación siempre han existido, pero se popularizo aún más durante la pandemia y continuo luego de terminada la misma. Quintana y Proaño (2021) indican en su investigación que “Existen 3 sectores que se activaron en esta emergencia; como son: alimentos y bebidas, farmacia e insumos médicos y comercio electrónico; debido al cambio radical de la nueva normalidad.”. Al ser la industria de alimentos un servicio de primera necesidad, la pandemia restringió y contrajo la economía, pero las personas debían igual gastar en ello ya que no se puede prescindir del servicio. Lo que se debe garantizar es que el producto que se ofrezca vaya relacionado con el valor que las personas les asignan a los alimentos que ofrecen.

En el dinámico y competitivo entorno de los microemprendimientos en el sector de empresas alimenticias, los costos de producción toman un mayor realce por su importancia para que el negocio genere el rendimiento deseado, una vez cubierta la totalidad de los costos, que en muchos casos los dueños de los emprendimientos no los consideran ya que no son visibles o de flujo inmediato, pero que se deben cancelar y considerar durante la determinación de los costos de producción o gastos operacionales de cada proceso productivo.

La ciudad de Babahoyo, ubicada en la provincia de Los Ríos, país Ecuador, ha experimentado un crecimiento notable en la cantidad y diversidad de microempresas dedicadas a la producción, procesamiento y comercialización de alimentos. Estas microempresas, a pesar

de operar en un entorno competitivo marcado por grandes cadenas y complejas dinámicas de mercado, han demostrado no solo capacidad de sostenimiento, sino también de crecimiento y expansión.

Innovación en Productos y Procesos

La innovación en productos y procesos juega un papel fundamental en la capacidad de las microempresas para diferenciarse, adaptarse a las demandas del mercado y mantener ventajas competitivas sostenibles. Urbizagástegui (2019), analizando la teoría de la innovación de Rogers (1962), encuentra que

La tasa de conocimiento de una innovación por la población adoptante siempre será mayor que la tasa de adopción de la innovación, la decisión de adoptar una innovación es un hecho individual que ocurre durante un largo período y que consiste de una serie de acciones diferenciadas que comprende: conocimiento, persuasión, decisión, implementación y confirmación.

La teoría de la innovación ofrece una perspectiva integral sobre cómo las organizaciones pueden introducir y gestionar innovaciones en productos y procesos para mejorar su competitividad. La innovación puede ser vista como un proceso mediante el cual una idea, práctica o producto nuevo es desarrollado y difundido dentro de una comunidad o mercado. En el contexto de las microempresas de alimentación en Babahoyo, la innovación puede incluir desde la introducción de nuevos productos alimenticios adaptados a las preferencias locales, hasta la mejora de los procesos de producción para aumentar la eficiencia y reducir costos.

La estrategia de diferenciación sugiere que las empresas pueden lograr una ventaja competitiva sostenible al ofrecer productos o servicios únicos y valorados por los consumidores. En el contexto de las microempresas de alimentación, la innovación en productos permite a los micro emprendedores destacarse en un mercado saturado, ofreciendo alimentos innovadores que satisfacen necesidades específicas de los consumidores o que exploran nuevos ingredientes y métodos de preparación que capturan la atención del mercado local.

Macías y Feijoo (2021), indican que “la diferenciación de producto en los negocios de alimentación puede basarse principalmente en diversos atributos como calidad, tamaño, localización, reconocimiento de marca. Por lo que cualquier particularidad que haga divisar de forma distinta el servicio se considera diferenciación de producto.” (p. 2124). Las diferenciaciones son básicas cuando consideramos que la competencia es muy grande en un sector donde hay muchos negocios disputándose un segmento de mercado que cuenta con mucha variedad dentro de los competidores que ya existen dentro del sector.

Calidad del Producto

La calidad del producto juega un papel crucial en la competitividad y sostenibilidad de las microempresas del sector de alimentación. Herrera y Marín (2024) citando a Garvín (1984), expresa que la “Confiabilidad se refiere a la garantía de que un producto no presente fallas dentro de un tiempo. Una de las pruebas más comunes de la confiabilidad de un producto o

servicio es el tiempo que tarda hasta la primera falla” (p. 82). La calidad del producto puede entenderse en diferentes aspectos: rendimiento, características, confiabilidad, conformidad con las especificaciones y percepción. En el caso de las microempresas del sector de alimentación, la calidad del producto no solo se refiere a la seguridad alimentaria y el cumplimiento de normativas sanitarias, sino también a aspectos como el sabor, la frescura y la presentación del producto, todos los cuales contribuyen a la satisfacción del consumidor y a la reputación de la marca.

La satisfacción del cliente es un componente clave en la percepción que se tiene calidad del producto, la misma que tiene un impacto directo en la satisfacción del consumidor y, por ende, en su lealtad hacia la marca. La percepción de calidad del producto por parte del cliente influye significativamente en su decisión de compra repetida y en la recomendación a otros consumidores. En el contexto de las microempresas de alimentación en Babahoyo, mantener altos estándares de calidad del producto no solo fortalece la relación con los clientes existentes, sino que también atrae nuevos clientes que valoran la calidad y la excelencia en los productos ofrecidos.

El cumplimiento de normativas sanitarias y de seguridad alimentaria es fundamental para asegurar la calidad y la seguridad de los productos alimenticios ofrecidos por las microempresas. Según la Organización Mundial de la Salud (2021), las normativas y estándares reguladores aseguran que los productos alimenticios sean seguros para el consumo humano y estén libres de contaminantes o riesgos para la salud pública. En Babahoyo, las microempresas deben cumplir con regulaciones locales y nacionales para garantizar la calidad y la seguridad de sus productos, lo cual no solo es un requisito legal, sino también una responsabilidad ética y comercial para proteger la salud de los consumidores y mantener la confianza en la marca.

Eficiencia en la Gestión de Recursos

La eficiencia en la gestión de recursos se refiere a la capacidad de las microempresas para utilizar de manera óptima sus recursos disponibles, incluyendo recursos humanos, financieros, tecnológicos y materiales. Según Cardona y Franco (2024), las empresas pueden obtener ventajas competitivas sostenibles al desarrollar y explotar recursos internos que son valiosos, raros, difíciles de imitar y no sustituibles por competidores. En el contexto de las microempresas de alimentación en Babahoyo, una gestión eficiente de recursos podría incluir la capacitación continua del personal para mejorar la productividad, la optimización de procesos para reducir desperdicios y costos operativos, y la inversión en tecnologías que mejoren la eficiencia de producción y distribución.

La adaptabilidad y la resiliencia organizacional son fundamentales para responder rápidamente a los cambios del mercado y las oportunidades emergentes. Según Ortiz (2024), las empresas que pueden adaptarse y ajustarse a nuevas condiciones y demandas del mercado son más propensas a sobrevivir y prosperar a largo plazo. En el sector alimenticio, las microempresas pueden desarrollar una cultura organizacional que fomente la innovación, la

flexibilidad y la capacidad de respuesta ágil a las fluctuaciones del mercado y las condiciones económicas locales.

Hoja de Costos

Se formula con varios ejemplares para informar el proceso de fabricación desde su inicio hasta su terminación. Su diseño consiste en que incluya además de los datos generales tales como: número de orden, fecha de inicio, fecha de terminación, nombre del producto, etc.

Debe de contener los materiales en unidades y valores que se emplearon y su importe total, de tal manera que se totalice el importe de los tres elementos para dividir su importe entre el número de unidades terminadas y con ello determinar el costo unitario, que servirá para dar entrada al almacén de productos terminados para su control (Pinango, 2019)

Costos Totales

Gamboa (2023), define los costos totales como: “El resultado de la suma de los costos de producción y costos de operación”. Los costos totales representan la inversión efectuada necesaria para producir, administrar y vender un producto (Perdomo, 2021).

Costos Unitarios

Es necesario calcular el costo unitario para evaluar la eficiencia de producción y establecer una base para la fijación de precios. Este cálculo permite a la empresa conocer cuánto le cuesta producir cada unidad individual de producto.

Para calcular el costo unitario, se utiliza la siguiente fórmula:

$Cu = \text{Costos totales incurridos} / \text{Unidades de costos procesadas}$

Precio de venta unitario y el margen de utilidad

El precio de venta unitario representa el costo total, más el margen de utilidad esperado (Perdomo, 2021).

Salesforce (2023), menciona “El precio de ventas es el valor que tus consumidores pagarán por adquirir tus servicios. toma en cuenta el costo de ventas para llegar al valor ideal”.

Margen o utilidad ganada

El margen de utilidad es uno de los indicadores para la rentabilidad y el éxito de una empresa más importantes (Martínez, 2022). Según Urquiaga y Zarzosa (2019) “El margen de ganancia es la medida que permite que la empresa genere utilidades y se refleja en porcentaje, que es la diferencia entre el precio de venta y los costos que participaron para la elaboración de ello”. (p. 9)

Punto de Equilibrio

Es un indicador importante para cualquier organización, ya que determina el volumen de ventas en el que la empresa no gana ni pierde; es decir, en el que los ingresos totales son iguales a los costes totales (Méndez,2021).

METODOLOGÍA

Método descriptivo

El método descriptivo tiene enfoque tanto cualitativo como cuantitativo, empleado en investigaciones científicas con el propósito de analizar ciertas características de una

población o situación específica. En el costo de producción de un emprendimiento de productos alimenticios, este método permite un análisis detallado y exhaustivo.

Enfoque cuantitativo

Para cuantificar los costos de producción que intervienen en la elaboración de un emprendimiento de productos alimenticios durante el periodo del mes de agosto del 2024, mediante la utilización de la hoja de costos. Esta hoja permitirá desglosar y analizar todos los elementos involucrados, tales como los materiales directos, la mano de obra directa, y los costos indirectos de fabricación. Por medio de esta herramienta, se podrá obtener una visión clara y detallada de los factores que afectan la producción y venta del producto, facilitando la toma de decisiones informadas. Este enfoque nos permitirá medir y registrar datos precisos sobre los costos de producción, proporcionando un análisis numérico y estadístico de los materiales, mano de obra y costos indirectos.

Enfoque cualitativo

El enfoque cualitativo se centrará en comprender los aspectos no cuantificables y subjetivos que influyen en los procesos de producción y de los costos asociados. A través de observaciones minuciosas y registros detallados, se podrá obtener información precisa sobre los costos de materiales, mano de obra, y otros factores que afectan el costo de producción. Las preguntas de investigación descriptivas buscarán responder aspectos clave para obtener información sobre los componentes del costo total de producción permitiendo detectar y abordar problemas e ineficiencias como desperdicio de tiempo o recursos, que no siempre son evidentes en los datos cuantitativos. Estas interrogantes suelen comenzar con términos como "qué" o "cómo" y buscan comprender la naturaleza, las características o las funciones de los costos de producción e identificar así áreas de mejora.

RESULTADOS

Durante la revisión, se identificaron diversas estrategias adoptadas por las microempresas del sector de alimentación en el Cantón Babahoyo para fortalecer sus ventajas competitivas en un mercado dinámico y diverso. Entre las estrategias más comunes se incluyen la diferenciación de productos mediante la incorporación de ingredientes locales y tradicionales, así como la creación de productos innovadores que satisfacen las preferencias específicas de los consumidores.

Se encontró que varios factores juegan un papel crucial en los costos de producción de los emprendimientos de productos alimenticios. La calidad percibida del producto por parte de los consumidores emergió como un factor clave, influyendo directamente en la aceptación del mercado y en costos de producción. A su vez, la capacidad de los emprendimientos para gestionar eficientemente sus recursos, tanto humanos como financieros, demostró ser fundamental para mantener costos competitivos y optimizar procesos de producción, lo que les permite mantener precios accesibles en una economía en recesión.

A su vez, la investigación realizada a diversos emprendimientos del sector alimenticio reveló que la innovación continua en productos y procesos desempeña un rol significativo en la

mejora de la competitividad a través de menores costos. Aquellas empresas que han logrado introducir innovaciones exitosas han podido diferenciarse en el mercado y responder de manera efectiva a las cambiantes preferencias y demandas de los consumidores locales.

Al observar la hoja de costos de un emprendimiento del sector de alimentación del mes de agosto, en el apartado de materia prima directa se pueden observar seis (6) ítems que son esenciales para la fabricación de la bebida.

Figura 1

Hoja de costos del mes de agosto - Materia Prima Directa

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD O TIEMPO	V/ UNTARIO	VALOR TOTAL
MATERIA PRIMA DIRECTA				\$ 388,76
LECHE ENTERA PROALIM	1 LITRO	200	\$ 0,70	\$ 140,00
MEDIO QUINTAL DE ARROZ CORNEJO	50 LIBRAS	2	\$ 19,50	\$ 39,00
CHOCOLISTO CHOCOLATE	440 GRAMOS	20	\$ 3,58	\$ 71,60
COCOA	420 GRAMOS	20	\$ 2,05	\$ 41,00
RICACAO 3D	420 GRAMOS	40	\$ 2,25	\$ 90,00
CANELA	125 GRAMOS	4	\$ 1,79	\$ 7,16

Nota. La figura muestra los diversos elementos clasificados como materia prima directa que utiliza un emprendimiento de alimentación de bebidas nutritivas.

Identificación de la Mano de obra directa

De acuerdo a la tabla sectorial de Ecuador en el año 2024, el salario básico es de \$460. Con base en ello, y a una jornada diaria de 8 horas de trabajo durante 20 días laborales dando como resultado un total de 160 horas a trabajar, se obtiene que el costo hora a cancelar es de \$2.875.

Figura 2

Rol de pago del mes de agosto del año 2024

ROL DE PAGOS

N°	CARGOS	ACTIVIDAD	AÑOS DE SERVICIO	INGRESOS							EGRESOS	
				SUELDOS	COMISIONES	TOTAL DE INGRESOS	DECIMO III	DECIMO VI	FONDOS DE RESERVA	TOTAL DE INGRESOS	APORTE PERSONAL 9,45%	TOTAL A PAGAR
1	JEFE DE DPTOS. ADMINISTRATIVOS PROPIOS DE LA INDUSTRIA	VENTAS	0	\$ 482,61	\$ -	\$ 482,61	\$ 160,87	\$ 38,33	\$ -	\$ 681,81	\$ 45,61	\$ 636,21
2	JEFE DE DPTOS. TÉCNICOS PROPIOS DE LA INDUSTRIA	PRODUCCIÓN	0	\$ 482,61	\$ -	\$ 482,61	\$ 160,87	\$ 38,33	\$ -	\$ 681,81	\$ 45,61	\$ 636,21

Nota. La figura muestra el pago que le corresponde al empleado de producción de un emprendimiento de comidas rápidas, considerando los beneficios de ley pertinentes.

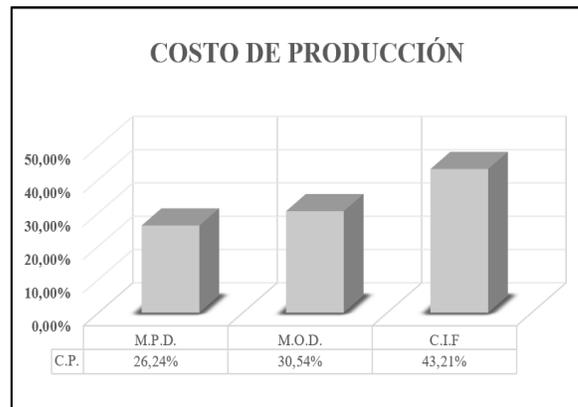
En cuanto al segundo apartado de la hoja de costos, que es referente a la mano de obra directa, se puede identificar la presencia de un empleado que labora 160 horas mensuales en la producción por un valor de \$2.875 por hora, totalizando \$460 al finalizar los 20 días laborales. El porcentaje de participación del trabajador es del 100% en la mano de obra directa, ya que, refleja que este es el único costo de mano de obra considerado en la hoja de costos.

Cuantificación de los elementos del costo de producción del mes de agosto del 2024

Con base en la hoja de costos, se pudo identificar la presencia de diversos elementos pertenecientes a los tres elementos del costo de producción, los cuales llevaron a totalizar un costo de producción de \$1.471,04.

Figura 3

Representación porcentual de intervención de los tres elementos del costo de producción



Nota. La figura representa el porcentaje de intervención de los tres elementos del costo.

La influencia del costo total de un emprendimiento del sector de alimentación, es básico para determinar el precio de venta para la evaluación del margen de contribución y confirmar su permanencia de viabilidad económica, a través de una rentabilidad acorde a las necesidades de los dueños de los emprendimientos.

DISCUSIÓN

Los resultados de este estudio revelan que las microempresas del sector de alimentación en el Cantón Babahoyo utilizan diversas estrategias para mantener y mejorar sus ventajas competitivas. En primer lugar, la innovación se destaca como una práctica común entre estas microempresas, ya sea en la creación de nuevos productos o en la mejora continua de los existentes. Esta capacidad de innovar no solo les permite diferenciarse en el mercado, sino también adaptarse rápidamente a las demandas cambiantes de los consumidores.

En cuanto a la calidad del producto, los datos indican que las microempresas que priorizan la calidad han logrado construir una reputación sólida y una base de clientes leales. Esto

sugiere que la inversión en productos de calidad y en el cumplimiento de normativas sanitarias locales no solo es una obligación regulatoria, sino también una estrategia efectiva para garantizar la satisfacción del cliente y la fidelización de los mismos.

Por último, la gestión eficiente de recursos ha sido identificada como un factor determinante para el crecimiento sostenible de las microempresas. Aquellas que gestionan adecuadamente sus recursos humanos, financieros y tecnológicos han demostrado una mayor capacidad para invertir en innovación, mejorar la calidad del producto y expandir sus operaciones de manera rentable, una inversión que obtiene su retorno no desde el punto de vista de incremento de precios, pero sí desde el punto de vista de lealtad de los clientes, lo que aseguran ventas permanentes, y no solo compras inaugurales para probar el producto, sino que permanecen como clientes de la empresa a través del tiempo.

El cálculo de los costos de producción se vuelve primordial al momento de obtener el precio de venta al público, y esto repercute en la competitividad de los emprendimientos del sector de alimentación. El poder saber a cuánto vender, cubriendo los costos totales y obteniendo la utilidad esperada, puede determinar la continuación, ampliación y fortalecimientos de los emprendimientos de productos alimenticios.

CONCLUSIONES

La investigación revela que las microempresas del sector de alimentación en Babahoyo pueden fortalecer significativamente su competitividad implementando estrategias específicas. Entre las estrategias más efectivas se incluyen la diferenciación de productos mediante la integración de ingredientes locales y la innovación constante en productos y procesos. Estas prácticas no solo permiten a las empresas destacarse en un mercado saturado, sino también responder de manera ágil a las preferencias cambiantes de los consumidores.

La calidad percibida del producto por parte de los consumidores emergió como un factor determinante en la competitividad de las microempresas en el sector de alimentos. Aquellas empresas que han logrado mantener estándares elevados de calidad han sido capaces de construir una base de clientes leales. Además, la innovación en productos y procesos ha demostrado ser crucial para diferenciar a las empresas en el mercado y asegurar su relevancia a largo plazo.

Una gestión eficiente de recursos, incluyendo la optimización de cadenas de suministro y la gestión de inventarios, permite a las microempresas mejorar su rentabilidad y competitividad. La capacidad de reducir costos operativos mientras se mantienen altos estándares de calidad y servicio al cliente ha sido crucial en un entorno empresarial cada vez más competitivo y globalizado.

Mediante la utilización de la hoja de costos se pueden identificar cuáles fueron los costos totales, se debe buscar un punto de equilibrio donde la producción permita cubrir los costos y generar un margen de contribución positivo, indicando que el producto genera ganancias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Banco Mundial. (7 de octubre de 2020). Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/10/07/covid-19-to-add-as-many-as-150-million-extreme-poor-by-2021>
- Barriga, M. E., Asuncion Parrales, R. A., & Sánchez Cegarra, J. O. (2020). La importancia de la contabilidad de costos en el control administrativo de los emprendedores. *Revista Científica Aristas*, 2(2), 48-62.
- Calero Álava, J. L. (2024). *Costo de producción de la Hacienda Arrocería De Ángel Calero en el cantón Babahoyo en el periodo 2023* (Bachelor's thesis, Babahoyo: UTB-FAFI. 2024). <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/17144/E-UTB-FAFI-CA-000417.pdf?sequence=1>
- Campuzano, J. G. R. , Anchundia, M. K. A., y Baque, C. M. A. (2021). Microempresa: Iniciativa de nuevos productos Post-Covid 19 en el cantón Pedro Carbo. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(4), 438-460. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7927018.pdf>
- Cardona, M. S. & Franco, R. T. (2024). Teoría de recursos y capacidades. *Ensayos: Revista de Estudiantes de Administración de Empresas*, 13. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ensayos/article/view/113809>
- Dahik, A. (2020). El coronavirus: respuestas del mundo y del Ecuador. Quito: Universidad Espíritu Santo. Centro de Estudios Económicos y Sociales para el Desarrollo (CESDE).
- Gamboa Suárez. R. (2023) *Libro Contabilidad de costos práctica. Enfoque NIIF hacia la gestión financiera*. Campus Editorial. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/376134074_Libro_Contabilidad_de_costo_s_practicaEnfoque_NIIF_hacia_la_gestion_financiera.
- Garcés Gamboa, S. E. (2020). *Los costos de producción y la fijación del precio de venta de la Avícola “Los Andes” ubicada en el cantón Patate* (Bachelor's thesis). <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31358/1/T4790i.pdf>
- García Paguay, k. E., & Mora Bermeo, N. S. (2023). *La importancia de la contabilidad de costos para el control de la administración de los emprendimientos efectivos* (Tesis de Maestría). <http://201.159.223.2/bitstream/123456789/3536/1/Garc%c3%ada%20Paguay%20Kattia.pdf>
- Herrera Batista , M. Ángel ., & Marín Alvarez, M. A. . (2024). Evaluar productos de diseño: cuatro categorías para su análisis y evaluación integral. *Zincografía*, 8(15). <https://doi.org/10.32870/zcr.v8i15.222>
- Macías, P. Y. M., y Feijoo, C. T. E. (2021). Estrategias de marketing en la reactivación económica de Crucita, post estado de excepción. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(3), 2111-2129. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926878>

- Martínez, J. A. (2022). *Margen de Utilidad: Qué es y cómo calcularlo*. Obtenido de <https://sendpulse.com/latam/blog/como-calcular-el-margen-de-utilidad>
- Méndez, A. (2021). *Cómo calcular el punto de equilibrio –paso a paso*. Plan de mejora. Obtenido de <https://acortar.link/MwkXDI>.
- OMS. (9 de junio de 2021). Organización Mundial de la Salud. Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/malnutrition>
- Ortiz Lozano, M. (2024). Factores de resiliencia organizacional en la industria cosmética española: PYMES y crisis en tiempos de COVID-19. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/88496/TP00014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Perdomo, M.L. (2021). *Costos de Producción: Contabilidad Administrativa*. Vigésima Tercera Edición. Editorial ECAFSA. Obtenido de: Obtenido de <https://es.slideshare.net/YeoPicon/libro-de-costos-de-produccion-conta-v-2023docx>.
- Pinango, K. P. (2019). La Hoja de Costos. Materia prima y Contabilidad. Retrieved July 12, 2024, from <https://es.scribd.com/document/399842220/La-Hoja-de-Costos>
- Quintana, L. M. D. y Proaño, M. M. G. (2022). Los modelos de la administración en la microempresa ecuatoriana en el contexto del COVID-19. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*, 8(1), 07-16.
- Romero, A. A. M., Sánchez, G. P. C., & Andrade, J. E. O. (2020). Determinación de costos en la industria de alimentos y bebidas para la toma de decisiones. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(4), 503-530.
- Salesforce.(2023).*Precio de Venta: ¿qué es y cómo calcularlo?* Obtenido de <https://www.salesforce.com/mx/blog/precio-de-venta/>.
- Socorro, F. (2020). Emprendimientos y microempresas: las sutiles diferencias de dos grandes herramientas. *Ámbito investigativo*, 5(1), 15-22. <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1092&context=ai>
- Urbizagástegui-Alvarado, Rubén. (2019). El modelo de difusión de innovaciones de Rogers en la bibliometría mexicana. *Palabra clave*, 9(1), 71. <https://dx.doi.org/https://doi.org/10.24215/18539912e071>
- Urquiaga Pescoran, N. M., & Zarzosa Espinola, T. T. (2019). Costos de producción para determinar el margen de ganancia del restaurante “El Dorado”–Nuevo Chimbote Periodo 2019. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43990/Urquiaga_PN-Zarzosa_ETT-SD.pdf?sequence=1