

**CONTABILIDAD DE COSTOS DE LA COOPERATIVA DE VENEDORES DE
PESCADO EN PUEBLO VIEJO (MAGDALENA)**

CARMEN ALICIA RIQUETT VIDES



**UNIVERSIDAD DE LA COSTA - CUC
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
CONTADURÍA PÚBLICA
BARRANQUILLA
2017**

**CONTABILIDAD DE COSTOS DE LA COOPERATIVA DE VENDEDORES DE
PESCADO EN PUEBLO VIEJO (MAGDALENA)**

CARMEN ALICIA RIQUETT VIDES

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO

GABRIEL VELANDIA PACHECO

ASESOR



**UNIVERSIDAD DE LA COSTA - CUC
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
CONTADURÍA PÚBLICA
BARRANQUILLA**

2017

Resumen

La triada Universidad-Empresa-Estado propende por el desarrollo de las organizaciones y la competitividad de las regiones a través de la disponibilidad del conocimiento y de los recursos en pro del desarrollo. La Cooperativa de Vendedores de Pescado de Pueblo Viejo- Magdalena, es una organización que nace bajo este modelo con el apoyo de la Universidad de la Costa, recibiendo apoyo en su formalización como organización. Al ser un grupo de pescadores artesanales por tradición, estos requieren mayor ayuda en la implementación de procesos que contribuyan a mejorar su competitividad. En este sentido, el objetivo de este trabajo es describir las características de la contabilidad de costos de esta cooperativa. Para esto se realizó una investigación de enfoque cualitativo, en la tradición de investigación-acción, usando fuentes primarias por medio de la observación no participante y la entrevista semiestructurada. Como principales resultados se evidencia una débil estructura de costos y la permanencia de su condición ontológica de pescadores artesanales, sin presentar evidencias de cumplimiento de los requisitos formales del sector cooperativo. Esto repercute en la necesidad de diseñar un sistema de costeo acorde a sus necesidades organizacionales y reevaluar su forma de operar como cooperativa.

Palabras claves: Cooperativa, Competitividad, Contabilidad de costos, Necesidades organizacionales

Abstract

The University-Enterprise-State triad promotes the development of organizations and the competitiveness of the regions through the availability of knowledge and resources for development. The Cooperativa de Vendedores de Pescado of Pueblo Viejo - Magdalena, is an organization that is under this model with the support of the Universidad de la Costa, receiving support in its formalization as an organization. Being a traditional group of fishermen, they require greater assistance in the implementation of processes that contribute to improving their competitiveness. In this sense, the objective of this work is to describe the characteristics of the cost accounting of this cooperative. For this purpose, a qualitative approach research was carried out, in the tradition of action research, using primary sources for the non-participant observation medium and the semi-structured interview. The main results show a cost structure and the permanence of its ontological condition of artisanal fishermen, without presenting evidence of compliance with the formal requirements of the cooperative sector. This has repercussions in the need to design a costing system according to the organizational needs and to reevaluate the way of operating as a cooperative.

Keyword: Cooperative, Competitiveness, Cost accounting, Organizational needs

Contenido

Lista de tablas y figuras.....	7
Introducción	8
1. Planteamiento del problema	10
2. Objetivos	14
2.1. Objetivo general	14
2.2. Objetivos específicos.....	15
3. Antecedentes	15
4. Justificación.....	17
5. Marco teórico	19
5.1. Los costos.....	19
5.1.1. Objetivos de los costos.....	21
5.1.2. Elementos del costo.....	22
5.1.3. Clasificación de los costos.....	30
5.1.4. Definiciones de costos.....	31
5.2. Las microempresas	32
5.3. Los costos en la microempresa.....	34
5.4. Finalidad de la contabilidad de costos.....	38
6. Metodología.....	40

6.1	Área de investigación	42
6.2	Enfoque epistemológico	42
6.3.	Alcance.....	43
6.4.	Método	43
6.5.	Tradicón	43
6.6.	Fuentes	44
6.7.	Instrumento y/o técnica	44
6.8.	Análisis de datos.....	44
7.	Análisis y discusión.....	44
	Generalidades de proceso.....	45
7.1.	Necesidades de costeo de la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo.....	49
7.2.	Procesos de costeo de la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo	54
7.3	Fortalezas y debilidades del proceso de costeo de la cooperativa de vendedores de pescado en Pueblo Viejo.....	58
8.	Conclusiones	62
	Futuras líneas de investigación.....	64
	Referencias.....	65
	Anexo 1	68
	Anexo 2	81
	Anexo 3	110

Lista de tablas y figuras

Tablas

Tabla 1 Necesidades de costeo de la cooperativa de pescadores de Pueblo Viejo- Magdalena51

Tabla 2 Determinar costos de ventas y costos adicionales Proceso 1.52

Tabla 3 Determinar costos de ventas y costos adicionales Proceso 2.52

Tabla 4 Determinar costos de ventas y costos adicionales Proceso 3.53

Tabla 5 Forma de asignar costos cooperativa de pescadores de Pueblo Viejo- Magdalena55

Tabla 6 Determinar costos de ventas y costos adicionales promedio.56

Tabla 7 Precio de los productos según su unidad de medida.57

Tabla 8 Subcategoría de las variables fortalezas y debilidades.59

Tabla 9 Fortalezas y debilidades del proceso de costeo de la Cooperativa.....61

Figuras

Figura 1 Representación gráfica del marco teórico..... 19

Figura 2 Representación gráfica del análisis y discusión.....45

Figura 3 Representación gráfica de las necesidades de costeo.50

Figura 4 Representación gráfica de los procesos de costeo.54

Figura 5 Representación gráfica de las fortalezas y debilidades del procesos de costeo.....58

Introducción

El presente trabajo es realizado con el fin de describir las características de la contabilidad de costos en una microempresa, para tal fin se deben conocer las necesidades de costeo que tienen este tipo de microempresas que en su mayoría están compuestas por el núcleo familiar, quienes de forma empírica, determinan como dirigir este tipo de empresas las cuales carecen de formalización.

En el año 2004 a través de proyectos de las organizaciones solidarias y la Universidad de la Costa CUC con participación de los profesores Jorge Otálora, Eduardo Chang, Madeleine Sánchez, Midreth Gartizabalo y Carmenza Rosales, han logrado organizar y formalizar asociaciones de trabajadores informales en la actividad artesanal de la pesca en Pueblo Viejo (Magdalena), a quienes se logró inscribir en Cámara de Comercio como una Cooperativa de Pescadores, también obtuvieron un número de identificación tributaria (NIT) y abrieron una cuenta bancaria; luego de esta formalización se reconoce que no hay un apoyo lo suficientemente fuerte para que esta organización prevalezca.

Sin embargo, su actividad sigue siendo informal, de hecho, se constató mediante la consulta en el registro mercantil RUES, que este año aún no han renovado el registro mercantil. Por lo que se considera inexacto, calificar estas entidades formales, solo por contar con el registro logrado en la intervención de la Universidad de la Costa. Donde se evidencia la demanda de mayor apoyo por parte del Estado y las Instituciones de Educación Superior a estos sectores de la economía.

Uno de los factores que identifica esta informalidad, es el de los registros contables y su uso para mejorar el desempeño de las empresas. Principalmente, la contabilidad de costos, como

herramienta para la toma de decisiones y mejoramiento de las capacidades organizacionales, se convierte en uno de los aspectos a los que normalmente se le presta poca importancia por falta de conocimiento, asesoría o presupuesto. Puede entenderse que existe la posibilidad de implementación de un sistema de costo económico y acorde a las necesidades de la cooperativa en cuestión, que cumpla los objetivos básicos del costeo. Para esto es menester reconocer las principales características de la cooperativa en este sentido.

Con base en lo anterior, es coherente realizar un estudio que describa las principales características de la forma como se determina el costo de los productos en estas organizaciones, para que salgan a la luz las particularidades que luego podrán identificarse como ventajas o desventajas y que trabajos de investigaciones posteriores a este, puedan aportar a soluciones prácticas, sencillas y manipulables por este tipo de población con el propósito de contribuir a sus sostenimiento y desarrollo económico.

1. Planteamiento del problema

La unión entre la universidad, empresa y Estado, es una triada compuesta por: el Estado quien, aporta los recursos económicos, la universidad que aporta el conocimiento, y la empresa quien es la beneficiaria del conocimiento y recursos y aporta al desarrollo de las regiones. Esta triada está definida en el Plan de Competitividad del Gobierno Nacional, donde el Estado a través de las Organizaciones Solidarias brinda apoyo a las unidades económicas.

La Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias es una entidad del Estado, adscrita al Ministerio del Trabajo, que tiene la tarea del fomento y el fortalecimiento de las organizaciones solidarias en Colombia (cooperativas, fondos de empleados, asociaciones mutuales, fundaciones, asociaciones, corporaciones, organismos comunales y grupos de voluntariado) (Organizaciones Solidarias, s.f.). Su misión es “promover, fomentar, fortalecer y desarrollar socio-empresarialmente las organizaciones solidarias para generar desarrollo en los sectores y regiones del país con una institucionalidad del sector fortalecida y transversal”... La cual dice que tiene como deber “... diseñar, adoptar, dirigir, coordinar y ejecutar los programas y proyectos para la promoción, planeación, protección, fortalecimiento y desarrollo de las organizaciones solidarias en Colombia.” (Organizaciones Solidarias, s.f.).

La mayor parte de las organizaciones solidarias son micro y pequeñas empresas que requieren fortalecimiento administrativo, técnico, financiero, a través de herramientas socios empresariales y tecnológicos, para generar más puestos de trabajo y más ingresos para sus asociados. En el 2016 las Organizaciones Solidarias ha beneficiado a más de 2.300 personas a través de procesos de fomento o fortalecimiento en marcha (Gordillo, 2017). Donde reporta, 245.460 empleos por las organizaciones solidarias con registro vigente en cámara de comercio

(Gordillo, 2017, pág. 9). Con una asignación presupuestal de \$1.520.000.000, 680 hogares beneficiados, 5 organizaciones creadas y 39 organizaciones fortalecidas (Gordillo, 2017, pág. 10).

En 2015, se renovaron 8.738 entidades de economía solidaria, de las cuales el 86,7% son entidades de naturaleza cooperativa, los fondos de empleados participan con el 10,2%, y el 3,1% restante lo conforman las asociaciones mutuales e instituciones auxiliares del cooperativismo (Gordillo, 2017, pág. 28).

El Banco de iniciativas de participación ciudadana para el fortalecimiento de la democracia participativa -BIP-se configura como una estrategia del Ministerio del Interior para:

i) identificar las organizaciones sociales, comunales y comunitarias que propenden por el desarrollo social y político del País, ii) reconocer las iniciativas y proyectos que estas organizaciones vienen diseñando y ejecutando en los territorios ... Fortalecer capacidades de las organizaciones sociales, comunales y comunitarias para el diseño, gestión, implementación y desarrollo de proyectos que aseguren la promoción de la participación ciudadana ... (BIP, Colombia, 2016).

Al postular una iniciativa a través de estas convocatorias, toda la información relacionada con el trabajo y los impactos que genera la organización en cada comunidad quedará registrada en el Banco de Iniciativas -BIP-para proyectos posteriores. Así mismo se tiene la posibilidad de recibir entre \$5.000.000 y \$10.000.000 para poner en marcha la iniciativa postulada. (BIP, Colombia, 2016).

Por lo tanto, se puede ver el apoyo que tienen las organizaciones solidarias y los beneficios, colectivos e individuales, que tienen al organizarse para formar y desarrollar

asociaciones trabajando en equipo para su bienestar y de los sectores económicos; a través de las Organizaciones Solidarias, el BIP, con la inspección, vigilancia y control de la Superintendencia de Sociedades.

La Superintendencia de Sociedades es un organismo técnico, adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio propio, mediante el cual el presidente de la República ejerce la inspección, vigilancia y control de las sociedades mercantiles, así como las facultades que le señala la ley en relación con otros entes, personas jurídicas y personas naturales (Supersociedades, s.f.).

Las empresas de economía solidaria forman parte de la economía social y conjugan elementos de actuación en el mercado, con el interés general de sus actividades, centrado fundamentalmente en colectivos desfavorecidos. Las características establecidas para estas entidades, así como la existencia de principios de actuación, han llevado a plantear cómo éstos se asimilan a la responsabilidad social, así como cuáles deberían ser los elementos básicos en la emisión de información sobre sostenibilidad en estas empresas. Uno de los requisitos de la responsabilidad social es la transparencia respecto a los impactos y objetivos asumidos (Horrach, 2015).

Los principios integran los aspectos fundamentales de la responsabilidad social, como la consideración de las demandas de los grupos de interés (principio de igualdad), la emisión de información voluntaria (criterio de transparencia) y las iniciativas responsables en el ámbito de la gestión (empleo, medio ambiente, cooperación y compromiso con el entorno) (Horrach, 2015).

A través de proyectos de las Organizaciones Solidarias y la Universidad de Costa CUC han trabajado en diferentes sectores de la economía logrando organizar y formalizar asociaciones

de trabajadores informales, proyectos en los Municipios de Suan, Pueblo Viejo, Ciénaga, San Sebastián y Mompo son un antecedente de esto; pero luego de esta formalización se reconoce que no hay un apoyo lo suficientemente fuerte para que estas organizaciones prevalezcan.

Desde el punto de vista contable es un problema fundamental determinar el costo de operación de estas asociaciones o cooperativas, que realizan trabajos artesanales como la pesca, una de las características de esta actividad de este sector en general, es que son informales y que, en su mayoría, como se ha podido evidenciar en la inmersión inicial, no están llevando por separado los costos del negocio con los gastos personales; que en su mayoría, representan el único ingreso del hogar.

Es necesario que adopten un procedimiento contable básico para sus operaciones donde lleven el control de sus costos, gastos e ingresos operacionales, de esta forma puedan diferenciar y determinar cuáles son sus gastos cotidianos como cabezas de familia, y de esta podrán tomar decisiones para corregir errores pasados e iniciar a formalizar esta actividad.

Si no se llevan este control o sistema de costos, cómo pueden saber los pescadores cuánto cuesta cada pescado, en qué costos incurren cuando lo transportan, cuánto le van a pagar a los pescadores y a los que venden del producto, lo más importante es saber a cómo deben vender el pescado para que subsane todos estos costos y que además esta actividad sea rentable.

Determinar si un negocio es rentable o si ocasiona pérdidas es esencial para seguir con la actividad o enfrentarse con la quiebra o disolución del negocio, por lo que es importante saber cuál es el costo de operación. Sería un trabajo perdido por parte de la triada, Universidad-Empresa- Estado, intentando fortalecer estos sectores si esto sucede. “Más del 50 por ciento de

las sociedades que inician su vida, fracasan en el intento y son liquidadas ante la Cámara de Comercio”, según la revista portafolio.

“Un estudio realizado por la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), en el 2013, encontró que, pasado el primer año después de la creación, solo sobrevivió el 55 por ciento de las firmas constituidas; para el segundo, el 41 por ciento; al tercer año, el 31 por ciento, y llegado el cuarto año quedó en el 23 por ciento.” (TIEMPO, 2016).

Sin embargo, para ayudar a determinar un procedimiento de medición del costo a estas organizaciones, se necesita saber actualmente como lo están llevando, si es el caso, conocer de qué manera estas organizaciones los miden. En este sentido, el objetivo de este trabajo se orienta en la siguiente pregunta:

¿Cuáles son las características de la contabilidad de costos (2017) de la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo (Magdalena) beneficiada en el proyecto de Organizaciones Solidarias de la Universidad de la Costa?

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Describir las características de la contabilidad de costos (2017) de la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo (Magdalena) beneficiada en el proyecto de Organizaciones Solidarias de la Universidad de la Costa.

2.2 Objetivos específicos

- Conocer las necesidades de costeo de la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo.
- Caracterizar los procesos de costeo de la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo.
- Detectar fortalezas y debilidades del proceso de costeo de la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo.

3. Antecedentes

El trabajo de Velandia, Hernández, Portillo, Alvear y Crissien (2016), sobre los Rasgos de la administración de la microempresa en Barranquilla, Colombia. Respondió al objetivo de investigación orientado a describir los principales rasgos de la administración de las microempresas en Barranquilla. Se encontró que las microempresas son un tipo de organización que nacen, muchas veces, a partir de la iniciativa de personas con niveles de formación básica – media, que van tras un ideal de independencia y prosperidad económica. Lo anterior, sumado a condiciones de escasez de recursos y a la posibilidad de operar en muchos aspectos de manera informal, propicia una tendencia hacia la reducción de costos que puede impactar principalmente, en la forma de constitución de la empresa o en la forma de contratar empleados.

Asimismo, la teoría sobre la que se fundamentó el trabajo de Velandia et al. (2016), aporta a este trabajo el señalamiento que realizaron sobre la cercanía que existe entre el negocio y la unidad familiar la cual puede llevar a confundir los gastos de la empresa con los gastos de la familia y personales, lo que fue refutado a través de los resultados derivados, ya que el estudio de las unidades de negocios en la ciudad de Barranquilla muestran que los responsables de la

administración, casi en su totalidad, identifican estos gastos por separado. De donde se infiere que, a pesar de estar estrechamente vinculados, los gastos de la familia y personales son tratados por los admiradores con la prudencia que se requiere para que estos no terminen destruyendo valor al negocio.

El artículo de FAEDPYME (2017) sobre la microempresa o micro negocio como dimensión de un sector económico, social o político es un tema abierto a debate y resulta complejo encontrar un consenso dado sus múltiples dimensiones. El marco de referencia suele identificar a la microempresa como una unidad económica de escaso capital, utilización intensiva de mano de obra, baja productividad, dificultad de acceso al crédito en el sistema financiero formal, mínima capacidad de ahorro, ausencia de gestión empresarial; y la no utilización de tecnología o nuevos conocimientos para dar valor agregado, pero esto no siempre es así. Las nuevas tecnologías de la información y comunicación están permitiendo la creación de microempresas muy dinámicas y productivas.

El propósito del autor Martínez (2009) es mostrar al director de una pequeña o mediana empresa, la necesidad de convertirse en un “director experto” para poder dirigir su empresa en estos tiempos de cambio en todos los entornos, y demostrar que las PYMES deben dirigirse con las mismas prácticas de alta Dirección que las empresas grandes, pero adaptadas al tamaño de éstas. Propone a los directivos de empresas pequeñas lo siguiente: “piense y actúe, no gaste, como los directores de empresas grandes”, afirma que no es válida la idea de pensar como lo hacen algunos directores, que se dan lujos para encumbrar la imagen de la empresa. Señala que el líder debe saber y conocer los tipos de inteligencia que desarrollan todos los miembros de la empresa para poder dirigir y hacer que funcionen convenientemente.

Según Ricardo Contreras (2012) para los pequeños empresarios, a veces es un problema la necesidad de conseguir la materia prima con las características necesarias para la producción, ya

que existe la dificultad de obtener insumos de calidad a precios accesibles. Así mismo, se enfrentan a problemas de tiempo y condiciones de entrega de la materia prima, dificultando la venta al cliente. Las fluctuaciones en el precio de los insumos y la falta de planeación de compras de materia prima agudizan el problema de abastecimiento en la organización. Mejorar los productos ya existentes, realizar innovaciones y aumentar la oferta de productos son necesidades de las pequeñas empresas en cuanto al Producto. En lo que respecta al Precio es necesario mantenerlos bajos para mantener competitividad y, en la medida de lo posible, conservarlos fijos sin afectar la calidad del producto.

4. Justificación

Al lograr describir las características de la contabilidad de costos de esta micro empresa, los pescadores y vendedores podrán identificar los principales beneficios que se tienen al adoptar un modelo o técnica de costos, se puede observar que fundamentalmente con esta adopción, se obtendrá información sobre la rentabilidad de la actividad y mayor exactitud de la información en tiempo real de la empresa y los costos en los que está incurriendo el negocio, con el fin de lograr un mejor análisis de la situación financiera del negocio.

Por lo anterior, este trabajo cobra relevancia práctica ya que puede constituirse como base para identificar la forma de determinar costo de este tipo de organizaciones. Así, puede servir de insumo y retroalimentación al proyecto de las Organizaciones Solidarias por el apoyo de la Universidad de la Costa, donde no solo se beneficiarían las cooperativas en general, si no también, la población donde estas estén ubicadas ya sea comunidades, pueblos, municipios, entre otros, donde operan la mayoría de las actividades definidas como informales.

Desde el punto de vista teórico, este trabajo investigativo busca generar las bases para comprender mejor y determinar, los sistemas de costeo más aplicables, las metodologías de costeo y su aplicación en las micro empresas; en este orden de ideas este trabajo cobra relevancia teórica ya que, de esta manera, se pueden estar constituyendo las bases para comprender cómo funcionan este tipo de organizaciones desde el aspecto de los costos.

Por otro lado, este trabajo investigativo es ético, ya que no afecta éticamente a nadie, por lo contrario, se ofrecen ventajas para la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo (Magdalena) beneficiada en el proyecto de Organizaciones Solidarias de la Universidad de la Costa, y en general para toda la comunidad al organizar una actividad artesanal informal, determinando las necesidades de costeo, por todo lo anterior, este trabajo cobra relevancia ética.

Sin embargo, se reconoce que, desde el trabajo adelantado por la Universidad de la Costa, es posible que el proceso de formalización ante Cámara de Comercio, haga incurrir a este tipo de organizaciones en procedimientos formales no dominados por sus integrantes, lo cual puede generar sanciones por moras y otros. En tal sentido, este trabajo puede contribuir a minimizar los impactos que se generen por ese aspecto.

Los resultados de este trabajo investigativo descriptivo pueden contribuir a la sociedad, fortaleciendo la competitividad de las cooperativas, de esta manera puedan prevalecer en el tiempo, para lograrlo, se podrían adoptar técnicas o sistemas de costos, en este orden de ideas, este trabajo cobra relevancia social por que les permite la reducción de costos y tomar así las decisiones más acertadas para el futuro de la microempresa, impulsando así la economía de las regiones.

5. Marco teórico

El marco teórico de la presente investigación puede representarse gráficamente a través de la siguiente figura:

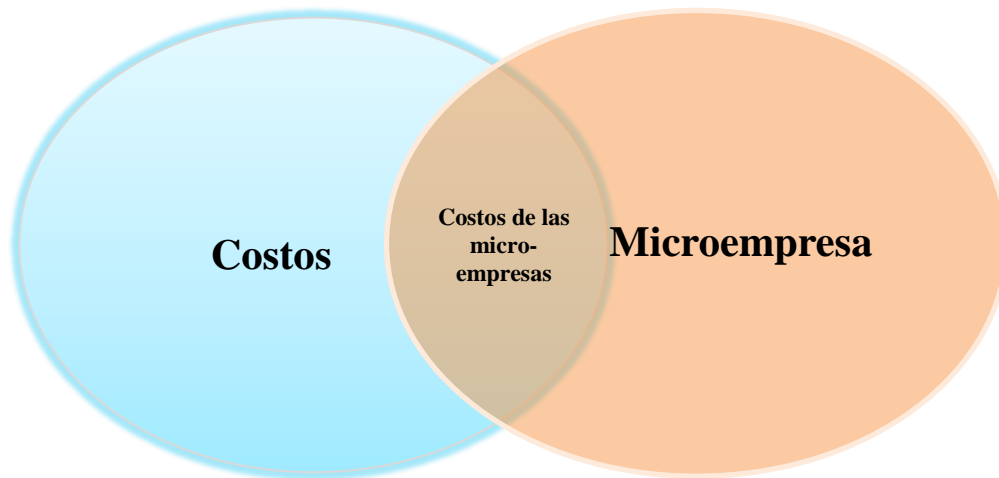


Figura 1. Representación gráfica del marco teórico

Fuente: elaboración propia a partir de la teoría existente.

5.1 Los costos

La Teoría General Del Costo plantea que, este se dedica a la construcción de esquemas de análisis que interpreten y expliquen coherentemente la realidad del fenómeno productivo y que, por consiguiente, sean útiles a los efectos de vincular razonablemente los factores o recursos empleados con los objetivos o resultados obtenidos, a través de la definición de relaciones funcionales entre las distintas acciones que componen el proceso productivo en cuestión y su valorización. (Osorio, 2016). La Teoría General del Costo debe ser el marco necesario donde se

encuadren los sistemas de información sobre costos que aspiren a ser útiles para diferentes usuarios y para diferentes finalidades. (Osorio, 2016).

González (2013) plantea que la concepción moderna del análisis de la problemática de los costos destaca tres planos, incorporando el plano de la "teoría", concebida como los principios básicos para definir o analizar una herramienta:

- "El plano de la realidad de la gestión empresarial que plantea "problemas" cuya solución racional requiere de información vinculada a las variables involucradas, entre ellas, las de costos.
- El plano de las técnicas de costeo que son "herramientas" que aportan información (relativa al costo) que ayuda a resolver racionalmente los problemas planteados por la realidad de la gestión.
- El plano de la teoría del costo, donde se ubica el cuerpo de principios básicos que precisamente, permite crear o definir técnicas de costeo que apunten a resolver los problemas de la realidad de la gestión empresarial".

Por lo anterior, el costo ha sido estudiado a través de los tiempos desde distintos puntos de vista, teniendo en cuenta los sistemas económicos, sociales y contables resaltando su importancia y la vinculación entre sí, donde se encuentra la teoría del valor, es decir, el valor del costo y la teoría de los precios, precios de costo. La Contabilidad De Costos, como subsistema de la contabilidad, debe atender, buscando precisamente, darles la expresión monetaria que naturalmente no tienen; procurando la satisfacción de los requerimientos (Osorio, 2016, pág. 2).

Oscar Osorio (1993) sostiene que "cada unidad económica tiene una estructura funcional de sus costos propia, que es consecuencia de cierta política de gestión organizacional y de una función técnica de producción que determinarán las relaciones funcionales, su intensidad y

correlación dinámica. La teoría económica de los costos para una mejor comprensión de su trascendental importancia contable en las decisiones empresariales, permite fijar precios de venta satisfactorios, eliminar líneas de productos no rentables, el conocimiento permanente de las existencias, coordinar los requerimientos de ventas con la producción, señalar el método de distribución más conveniente y controlar la producción.

5.1.1 Objetivos de los costos.

Rojas (2017) señala los siguientes Objetivos de los Costos:

- Por medio de ella se establece el costo de los productos.
- Controlar los costos generados en cada una de las fases en que se desarrolla el proceso productivo.
- Se mide en forma apropiada la ejecución y aprovechamiento de materiales.
- Se establece márgenes de utilidad para productos nuevos.
- Con ella se pueden elaborar proyectos y presupuestos.
- Facilitar el proceso decisorio, porque por medio de ella se puede determinar cuál será la ganancia y el costo de las distintas alternativas que se presentan, para así tomar una decisión.
- Se puede comparar el costo real de fabricación de un producto con un costo previamente establecido para analizar las desviaciones y poder generar mecanismos de control y facilitar la toma de decisiones.
- A través de ella es posible valorar los inventarios.

Jiménez (2010) complementa afirmando que la contabilidad de costos debe desarrollar cuatro actividades básicas para satisfacer sus objetivos:

Primera: Medición del costo. Acumulación de información necesaria para determinar el costo final de un producto: materiales, mano de obra, otros insumos, etc.

Segunda: Registro de los costos en los libros de contabilidad.

Tercera: Análisis de los costos para diferentes propósitos: planeación de operaciones, identificación de tendencias, etc.

Cuarta: Presentación detallada de informes para la toma de decisiones internas.

5.1.2 Elementos del costo.

- **Materia prima**

Es el principal elemento del costo, son los insumos necesarios y esenciales para fabricar el producto; es el valor en un producto que forma la mayor parte.

Rojas (2017) aporta definiendo que la materia prima, es todo el material que hace parte integrante del producto terminado y se puede identificar de manera clara dentro del mismo. La materia prima se divide en dos grupos a saber:

Material directo: Es aquella parte del material que se puede identificar cuantitativamente dentro del producto terminado y cuyo importe es considerable.

Material indirecto: Es aquel material que no se identifica cuantitativamente dentro del producto o aquel que, identificándose no presenta un importe considerable. Si se observa con detenimiento, para considerar la materia prima como material directo, se deben reunir

dos condiciones que son: un importe considerable y saber cuánto de este material hay en cada unidad del producto terminado.

Continuando con Rojas (2017), lo anterior obedece al tratamiento que se le da a cada uno de los materiales, ya que el material directo e indirecto tiene tratamiento distinto, como podrá observarse al desarrollar las distintas técnicas de costeo que se verán más adelante.

- **Mano de obra**

Jiménez (2010) describe la Nómina de Fabrica como un documento en el cual un empleador relaciona salarios, (Mano de Obra) clasificándolos de acuerdo a su participación directa o indirecta en el proceso de producción, con el objeto de suministrar la Contabilidad de Costos los datos necesarios para la determinación del valor final de producción de un artículo o producto determinado.

Jiménez (2010) complementa definiendo la Mano de Obra como todos los salarios, prestaciones sociales, aportes parafiscales y demás conceptos laborales, que se pagan a las personas que participan de forma directa o indirecta en la producción del bien o la prestación del servicio. Se ha denominado históricamente como el “Segundo Elemento del Costo”, sin embargo, en la mayoría de las empresas de servicios es el elemento del costo más representativo.

Representa la labor empleada por las personas que contribuyen de manera directa o indirecta en la transformación de la materia prima, es la contribución física o mental para la elaboración de un bien o producto. El costo de la mano de obra representa el importe o el precio que se paga por emplear recursos humanos. Es la compensación o remuneración al personal que trabaja en determinada orden de producción. (Jiménez, 2010).

Continuando con Jiménez (2010), este resalta la importancia de la Mano de Obra, su importancia radica en que es el factor de producción por excelencia, debido a que es el que desarrolla una serie de actividades y tareas. Todo esto, ayudado por instrumentos e infraestructura, para producir bienes y servicios de una manera satisfactoria.

Características de la mano de obra

Jiménez (2010) describe las principales características de la mano de obra y se encuentran las siguientes:

- Pueden mejorar y perfeccionar el empleo y diseño de los recursos materiales y técnicos.
- No pueden ser propiedad de la organización, a diferencia de los otros recursos. Los conocimientos, la experiencia, las habilidades, etc.; son parte del patrimonio personal.
- Las actividades de las personas en las organizaciones son, como se apuntó, voluntarias; pero, no por el hecho de existir un contrato de trabajo la organización va a contar con el mejor esfuerzo de sus miembros; por lo contrario, solamente contará con él si perciben que esa actitud va a ser provechosa en alguna forma.
- Las experiencias, los conocimientos, las habilidades, etc., intangibles; se manifiestan solamente a través del comportamiento de las personas en las organizaciones. Los miembros de ellas prestan un servicio a cambio de una remuneración económica y afectiva.
- El total de recursos humanos de un país o de una organización en un momento dado puede ser incrementado. Básicamente existen dos formas para tal fin: descubrimiento y mejoramiento.
- Los recursos humanos son variables de una persona a otra; no todo mundo posee las mismas habilidades, conocimientos, etc.

Clasificación de la mano de obra

Jiménez (2010) argumenta que la Mano de Obra puede clasificarse de diferentes formas:

1. De Acuerdo Con El Tipo De Recurso:

- a. **Costo:** se considera Costo, la mano de obra consumida en las áreas operativas o que tienen una relación directa con la producción o la prestación del servicio.
- b. **Gasto:** se considera Gasto, la mano de obra consumida en las áreas administrativas que sirven de apoyo a la producción.

2. De Acuerdo con la Función: tiene que ver con el área de la empresa donde se desarrolla la labor, aquí se tiene:

- a. **Producción:** es el costo de mano de obra que se genera en las áreas productivas de la empresa. Puede ser (5) Directa o (6) Indirecta.
- b. **Servicios generales:** es la mano de obra que genera el personal que realiza labores logísticas o de apoyo tanto al área operativa como al área administrativa, por lo tanto, puede ser costo o gasto.
- c. **Administrativa:** es la mano de obra que genera el personal administrativo, se considera gasto.
- d. **Ventas:** es la mano de obra generada por el personal encargado de la comercialización y entrega final del producto o servicio al cliente. En la mayoría de los casos se considera costo, pero en ocasiones y dependiendo del tipo de empresa puede considerarse gasto.

3. De Acuerdo con la Jerarquía Organizacional:

- a. **Mandos altos:** corresponde a la mano de obra generada por el personal directivo de la empresa. Puede ser costo o gasto.

b. **Mandos medios:** corresponde a la mano de obra generada por el personal de supervisión y coordinación. Puede ser costo o gasto.

c. **Obreros y operarios:** corresponde a la mano de obra generada por el personal encargado de la producción o la prestación del servicio. Siempre se considera costo.

4. De Acuerdo Con La Vinculación Con El Servicio:

a. **De mano de obra directa,** son los salarios y demás cargos laborales devengados por los empleados vinculados directamente con la prestación del servicio o la fabricación del bien.

Ejemplo: operarios, obreros, etc.

b. **De mano de obra indirecta,** son los salarios y demás cargos laborales devengados por los empleados que, aunque trabajan en producción, no se relacionan directamente con ella.

Ejemplos: supervisores, coordinadores, personal de mantenimiento, entre otros.

Rojas (2017) plantea que es la remuneración en dinero o en especie que se da al personal que labora en la planta productora. Se divide en dos grupos a saber: mano de obra directa y, mano de obra indirecta.

c. **Mano obra directa:** Es la remuneración que se ofrece en dinero o en especie al personal que efectivamente ejerce un esfuerzo físico dentro del proceso de transformar la materia prima en un producto final.

Jiménez (2010) señala que esta ha sido responsable del grueso manejo del trabajo por horas de las fábricas y el costo más importante de controlar y medir. Se emplea directamente en la transformación de la materia prima en un bien o producto terminado, se caracteriza porque fácilmente puede asociarse al producto y representa un costo importante en la producción de

dicho artículo. La mano de obra directa se considera un costo primo y a la vez un costo de conversión.

Corresponde al tiempo utilizado de manera directa en el proceso productivo (Salario y Prestaciones Sociales). Se excluyen en el registro los pagos por compensaciones por:

- a. **Tiempo no productivo:** tiempo remunerado durante el cual el trabajador directo no realiza ninguna función productiva, por ejemplo, por corte de energía, daños en la máquina, tiempo para tomar alimentos, permisos remunerados, reuniones sindicales, etc.
 - b. **Trabajo indirecto:** Tiempo dedicado eventualmente a labores que no son de transformación, como por ejemplo labores de mantenimiento, aseo, preparación de las máquinas, etc.
 - c. **Recargo por horas extras:** Los recargos por horas extras deben excluirse del costo normal de MOD.
 - d. **Mano de obra indirecta:** Se sigue con Jiménez (2010) quien dice que es la fuerza laboral que no se encuentra en contacto directo con el proceso de la fabricación de un determinado producto que tiene que producir la empresa. Es el trabajo empleado por el personal de producción que no participa directamente en la transformación de la materia prima, como el gerente de producción, supervisor, superintendente, la recepción, oficinistas, servicios de limpieza, dibujantes, etc.
- La remuneración total (salario básico más prestaciones sociales) pagada a los trabajadores de producción por conceptos distintos a los que constituyen la MOD, son Costos Indirectos de Mano de Obra que eventualmente tendrán que prorratearse a las distintas órdenes de producción.

Control de tiempos

Jiménez (2010) aporta describiendo el Registro de la Mano de Obra. Si todo lo pagado a los trabajadores directos constituyera el costo de mano de obra directa, sería muy fácil obtener este total, pues de acuerdo con los registros de personal se sabe cuáles trabajadores están clasificados

como directos. Sabemos, sin embargo, que dentro del total devengado por los trabajadores directos puede haber parte correspondiente a tiempo ocioso, trabajo indirecto y recargo por horas extras, conceptos que pertenecen a los costos generales de fabricación.

- **Costos indirectos de fabricación.**

Son los elementos que se hacen necesarios para la fabricación del producto.

Los costos indirectos de fabricación de este trabajo investigativo descriptivo son el bote de pesca, la gasolina del motor del bote, entre otros diferentes a la mano de obra y materia prima.

Jiménez (2010) define los Costos Indirectos de Fabricación como erogaciones necesarias para lograr la producción de un artículo sin poder determinar con precisión la cantidad que corresponde a la unidad producida, es el elemento más difícil de medir, controlar y asignar al producto o servicio final, lo que representa un gran problema para los encargados de la distribución de costos en las empresas, ya que hoy en día es un elemento de cuantía significativa.

Rojas (2017) aporta afirmando que los costos indirectos de fabricación, denominados también carga fabril, gastos generales de fábrica o gastos de fabricación. Son aquellos costos que intervienen dentro del proceso de transformar la materia prima en un producto final y son distintos al material directo y mano de obra directa. Dentro de ellos están:

Material indirecto.

Mano obra indirecta.

Servicios públicos.

Arrendamientos.

Depreciación maquinaria.

Combustible.

Implementos para aseo de fábrica.

Jiménez (2010) complementa Los Costos Indirectos de Fabricación CIF -o Costos Indirectos del Servicio CIS-; conforman el “Tercer Elemento del Costo” y en este concepto se agrupan aquellos recursos que son utilizados en la fabricación del bien o la prestación del servicio pero que no pueden clasificarse como Material Directo o como Mano de Obra Directa.

Otros nombres con que se le conoce:

- Carga Fabril (CF).
- Gastos de Fabricación (GF).
- Costos Generales de Fabricación (CGF).

Según Jiménez (2010) se establecen controles:

Directos: formas, peso, cantidades, etc.

Indirectos: son de difícil control, pero al hacer parte de los productos hay que establecer alguna forma de asignación por Unidad de Producto.

Diferencia Entre CIF y CD

- Cantidad de rubros.
- Heterogeneidad.
- Disímil comportamiento.
- Ausencia o difícil identificación en el producto.
- Asignación mediante bases o prorrateos.

Elementos que conforman los CIF

Material indirecto: son todos aquellos insumos que se utilizan en la fabricación del bien o la prestación del servicio, pero su identificación y cuantificación no es sencilla.

Mano de obra indirecta: es la remuneración que se entrega al trabajo realizado por el personal que labora en las áreas operativas, pero no se relaciona de forma directa con el producto.

Otros costos indirectos: son todos los consumos de recursos, diferentes a material y mano de obra, que se requieren para que la producción pueda desarrollarse: arrendamiento, vigilancia, seguros, depreciaciones, servicios públicos, mantenimientos, impuestos, entre otros.

5.1.3 Clasificación de los costos.

- **Costos fijos**

Son aquellos que permanecen constantes a pesar del tiempo, no tienen alteración alguna, sin importar el volumen de producción, en un tiempo determinado. Es decir, son aquellos costos que se incurren y son necesarios gastar para el funcionamiento del ente.

- **Costos variables**

Son aquellos que varían directamente proporcional al volumen de producción y de las ventas, tales como la materia prima.

- **Costos semivARIABLES**

Son aquellos que varían, pero no en forma proporcional al volumen de producción. Se compone de una parte de fijos y otra de variables.

5.1.4 Definiciones de costos.

El costo o coste es el esfuerzo, sacrificio o recursos utilizados para la obtención de un fin determinado. Charles Horngren (2012) lo define como "recurso que se sacrifica o al que se renuncia para alcanzar un objetivo específico" ya sea un bien o servicio. (Osorio, 2016), considera costo a cualquier vinculación válida entre un objetivo o resultado dado y los factores, medios o recursos considerados necesarios para su obtención en un proceso productivo. Según, Cartier (2002) un costo es, siempre, una vinculación entre productos (obtenidos de un proceso de producción) y factores necesarios (consumidos por las acciones que componen el proceso de producción).

Reveles (2004) plantea que la contabilidad de costos es un sistema de información empleado para predeterminar, registrar, acumular, distribuir, controlar, analizar, interpretar e informar de los costos de producción, distribución, administración y financiamiento. Área de la contabilidad que comprende la predeterminación, acumulación, registro, distribución, información, análisis e interpretación de los costos de producción, de distribución y de administración.

Los costos a diferencia de los gastos, son recursos recuperables los gastos no se recuperan, ya que estos están relacionados con la actividad del ente, como la administración y venta del bien o servicio. Los gastos tienen la capacidad de disminuir las utilidades ya que afectan directamente al estado de resultado (Altahona, 2009). Todo producto para su transformación es necesario de tres elementos básicos como son la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación, para lo cual se requiere la cuantificación de cada uno de ellos para así poder determinar el costo total y el costo unitario del bien o servicio a producir.

5.2. Las microempresas

Según el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011 en Colombia la microempresa es toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, en el área rural o urbana. Para la clasificación por tamaño empresarial se podrá utilizar uno o varios de los siguientes criterios: número de trabajadores totales, valor de ventas brutas anuales, valor de los activos totales.

De esta manera, la Ley 590 de 2000, en su artículo 2, define a las microempresas como las organizaciones que tienen una planta de personal no superior a diez trabajadores, que poseen unos activos totales a un valor inferior a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV). Cuando se presenten combinaciones de parámetros en los activos y el número de personal se definirá a partir de los activos totales.

En todos los países en vías de desarrollo, las microempresas cumplen un papel fundamental para la economía. Según el Registro Único Empresarial y Social, en Colombia el 94.7% de las empresas son microempresas, generan alrededor del 67% del empleo y aportan el 28% del PIB, de acuerdo con el DANE. Esto se da, porque logran cubrir todos los mercados y sectores que no abarcan las grandes empresas y que no les interesa por que no generan mayor utilidad, son zonas muy marginadas o excluidas.

Según el diario Portafolio (2009) y la Corporación para el Desarrollo de las Microempresas, las características principales de éstas son: "trabajan con un grado bajo de organización, con poca o ninguna división entre trabajo y capital como factores de producción y a baja escala. Las relaciones laborales, cuando existen, están basadas en su mayoría en empleos

casuales, en relaciones de parentesco o personales y sociales en vez de acuerdos contractuales con garantías formales".

Orozco (2005) plantea que la mayoría de microempresas en Colombia poseen unos rasgos a través de los cuales se les puede identificar, el primero de estos es que la junta directiva se reúne principalmente para revisar la contabilidad del pasado y no para proyectar el futuro. La segunda, es que se tiene más en cuenta lo que se puede vislumbrar del futuro de la empresa que lo que se puede hacer para construirlo. En tercer lugar, se tiene una visión cortoplacista y no se reconoce que el personal de toda la organización debe tener clara la estrategia.

Longenecker (2007) plantea que entre los rasgos que se manifiestan en las microempresas, se clasifican en las ventajas organizacionales y desventajas organizacionales. El trabajo de Velandia et al. (2016), como ventajas, señala las siguientes: absorben una parte importante de la población económica activa debido a que generan una gran cantidad de empleo; les resulta más fácil adaptar tecnologías de diversos tipos; producen artículos de consumo básico y se dedican a surtir los mercados locales; contribuyen al desarrollo regional debido a que se establecen de manera dispersa en diversas regiones geográficas; mantienen una gran flexibilidad ante la necesidad de adaptación a las variaciones del mercado (oferta y demanda); resuelven más fácilmente los problemas que se presentan al interior de la empresa debido a que el número de empleados es pequeño y por lo general el administrador es el mismo propietario; la organización y la planeación del modelo de negocio no requiere grandes erogaciones de recursos; capacidad de resolver problemas sobre la marcha; mantienen unidad de mando, lo que permite una vinculación más efectiva entre las funciones administrativas y las operativas; poseen gastos y ganancias bajos, lo que les permite llevar al mercado productos con precios competitivos; la cercanía del propietario o administrador con los consumidores y clientes le permite un contacto más directo y

personal; por último, los dueños generalmente tienen un gran conocimiento del área en la que operan, lo que les permite adecuar la marcha del negocio.

Continuando con Velandia et al. (2016), entre los rasgos que emergen como desventajas, se tienen los siguientes: están más expuestas a los cambios del entorno económico como la inflación y la devaluación; les resulta más difícil soportar períodos largos de crisis en donde se disminuyen las ventas; dado las inversiones bajas de capital viven al día; mayor vulnerabilidad ante la fiscalización y control gubernamental; las sanciones u otros inconvenientes pueden golpear fuertemente sus finanzas; poseen dificultades para el acceso a las fuentes de financiamiento; pocas posibilidades de fusionarse o absorber otras organizaciones; baja posibilidad de pasar a ser grandes empresas; en su entorno, la libre competencia se limita o se extingue debido a que las grandes empresas tratan de desaparecerlas; la gerencia se lleva generalmente de manera empírica y no especializada, y casi siempre por sus propios dueños; y poco rendimiento del administrador a pesar de muchas horas de trabajo.

Portafolio (2009) establece que las políticas enfocadas a incentivar a las microempresas tienen efectos claros para la generación de empleo, para mejorar la cualificación de los empleados, para la optimización tecnológico de éstas, para hacer que muchas microempresas pasen de la informalidad a la formalidad, lo que mejoraría las condiciones de los trabajadores, y en general tiene efectos positivos para el 'desarrollo económico' del país.

5.3. Los costos en la microempresa

Osorio (2016) plantea que la contabilidad es el sistema de información por excelencia, que se ocupa de identificar, medir y registrar fenómenos económicos que afectan a los entes (ya

sean empresas o haciendas no lucrativas), tanto en la vinculación que estos tengan con el contexto, como lo relativo a la circulación y transformación de valores dentro de ellos.

La contabilidad de costos es una herramienta de la contabilidad financiera, puesto que permite el control y manejo de los tres elementos del costo, mencionados anteriormente, para así facilitar la toma de decisiones que permitan mejorar la rentabilidad de las microempresas, de esta manera ayuda el sostenimiento de la organización y la perduración en el tiempo.

Agrega José Luna (2012) en su libro sobre la influencia del capital humano para la competitividad de las pymes en el sector manufacturero de Celaya, Guanajuato; plantea que gran parte de las Pyme carecen tanto de capitales como de una buena formación empresarial y técnica. Hecho que puede evidenciarse en el medio de estudio de este trabajo, en donde la ausencia de una buena gerencia, financiamiento, tecnología ha hecho de las Pyme un fracaso en tratar de encontrar la forma de cómo desarrollarse.

En estas circunstancias, los ingresos son escasos lo que, a su vez, conduce a que las inversiones en medios productivos, insumos y capacitación sean insuficientes y a que los salarios sean bajos, la fluctuación de la mano de obra grande y la calidad de los productos mala. La experiencia demuestra que tales Pyme, salvo pocas excepciones, no son capaces de ascender al segmento moderno del empresariado ni con el más amplio apoyo en términos de créditos y asesoramiento (Luna, 2012).

5.3.1 Objetivos de la contabilidad de costos en las microempresa.

Reveles (2004) establece los siguientes objetivos de la contabilidad de costos:

- Principalmente proporcionar suficiente información en forma oportuna a la dirección de la microempresa, para una mejor toma de decisiones.

- Generar información para ayudar a la dirección en la planeación, la evaluación y el control de las operaciones de la microempresa.
- Determinar los costos unitarios para normar políticas de dirección y para efectos de evaluar los inventarios de producción en proceso y de artículos terminados.
- Generar informes para determinar las utilidades, proporcionando el costo de los artículos vendidos.
- Contribuir a la planeación de utilidades y a la elección de alternativas por parte de la dirección, proporcionando anticipadamente los costos de producción, distribución y financiamiento.
- Contribuir a la elaboración de los presupuestos de la empresa, en los programas de venta, producción y financiamiento.
- Contribuir al fortalecimiento de los mecanismos de coordinación y apoyo entre todas las áreas, para el logro de los objetivos de la microempresa.

Osorio (2016) afirma que, al aplicar la lógica del razonamiento general a la concepción de la Escuela Anglosajona, la conclusión se impone: si se asume que la Contabilidad de Costos es un apéndice de la Contabilidad, y que esta tiene como cometido principal la emisión de Estados Contables hacia usuarios externos. La Contabilidad de Costos deberá necesariamente subordinar sus objetivos particulares a los objetivos generales de su sistema marco: la Contabilidad financiera.

Es obvio que, son estas restricciones, mal podrían satisfacerse las necesidades de la dirección y de los responsables de la gestión gerencial. La complejidad y grado de detalle de los datos exigidos por estos usuarios internos y, sobre todo, la relatividad de la información de costos respectivos de los objetivos perseguidos y las decisiones a adoptar, son absolutamente

incompatibles con un modelo de información tan rígido como si esta concepción tradicional propone (2016).

5.3.2 Fases de la contabilidad de costos.

Reveles (2004) plantea que la contabilidad de costos tiene las siguientes fases:

- a) Registrar las erogaciones bajo apropiadas clasificaciones a medida que se van causando; como ejemplo: Compras de material, consumo de este, pagos de rayas, pagos de renta, luz y fuerza, aplicación de depreciaciones, etc., utilizando para el efecto un plan de cuentas adecuadas.
- b) Reclasificación para aplicarse esas erogaciones a la actividad correspondiente, es decir, aplicación precisa a la orden de fabricación o el proceso respectivo.
- c) Determinación del costo unitario, objeto primordial de la contabilidad de costos.

Según Osorio (2016) existen dos grandes grupos de hechos económicos registrables:

- a) las transacciones con el “contexto externo” en las que el ente participa como sujeto no exclusivo y en las que su magnitud en términos monetarios está siempre objetiva y naturalmente expresada – aun cuando puedan ser necesarias ciertas adecuaciones por la pérdida en el valor adquisitivo de la moneda – (por ejemplo, compras; ventas; pagos; cobros); y
- b) las transformaciones internas de valor en las que el ente es el sujeto exclusivo del hecho; los que no tienen una experiencia monetaria objetiva dado que, por naturaleza se trata de fenómenos esencialmente físicos (por ejemplo, consumo, producción)

(2016) Los hechos económicos de este último tipo son los que la Contabilidad De Costos, como subsistema de la contabilidad, debe atender, buscando precisamente, darles la expresión

monetaria que naturalmente no tienen; procurando la satisfacción de los requerimientos de los dos sistemas antedichos, sin una subordinación específica a ninguno de ellos.

Independientemente del objeto particular asignado a la contabilidad de costos, al ser concebida esta como un apéndice de un cuerpo más amplio – la CONTABILIDAD -, su objetivo final no podría, lógicamente, ser otro que el propio objetivo que se le asigna a esta (2016).

5.4. Finalidad de la contabilidad de costos

Continuando con Reveles (2004), la contabilidad de costos tiene como finalidad el control de todas las operaciones productivas concentradas a través de un estado especial denominado “estado de fabricación” o “estado de producción”, que nos muestra el aspecto dinámico de la elaboración referida a un periodo determinado.

López & Hernandez (2010) contribuyen a este trabajo con sus análisis e investigaciones de los costos en las microempresas describiendo los beneficios y las barreras en la implementación de un Sistema de Contabilidad de costos.

Los beneficios que se perciben en la adopción de un Sistema De Contabilidad De Costos son los siguientes:

- Información relevante y oportuna para tomar decisiones.
- Exactitud en la información sobre la rentabilidad del producto.
- Exactitud en la información de costos, para determinar costos y precio del producto.
- Mejorar las causas del costo y comportamiento.
- Mejorar el control de costos.
- Mejorar las medidas del desempeño.

- Mejora del manejo del personal.
- Reducción de costos.
- Mejora de entregas.
- Información correcta a cerca de rentabilidad del cliente.
- Reducción de tiempos.
- Pequeños niveles de inventarios.

Siguiendo los mismos autores, las barreras que se perciben en la adopción de un Sistema de Contabilidad de Costos son:

- La recolección de datos causa trabajo extra.
- El análisis de los datos y reportes de información causa trabajo extra.
- Incrementa el trabajo de supervisores de producción.
- Resistencia al cambio dentro de la organización.
- Dificultad en identificar a los generadores del costo.
- La proporción de precio calidad no cubre las expectativas.
- Conservadurismo del director.
- Falta de Recursos.
- Falta de actualización de conocimientos en técnicas vigentes de los directivos.
- Falta de especialistas en costos al interior de la empresa.
- Falta de comprensión en operaciones para la nueva información.
- Incrementa requerimientos de información específica.
- Los requerimientos de impuestos no coinciden con los objetivos de costo de la empresa.

Los desafíos que tienen estas unidades productivas no son pocos. Se han observado deficiencias relacionadas con las tecnologías de producción, baja calificación de la mano de obra, bajas capacidades gerenciales y dificultades para acceder al crédito. En este punto es importante seguir impulsando fondos de capital de riesgo para estos pequeños emprendimientos con el fin de evitar que ‘fallezcan’ en el intento, al agotárseles el capital de trabajo.

Osorio (2016) Plantea que el cometido de la Teoría General Del Costo sería entonces, la construcción de esquemas de análisis que interpreten y expliquen coherentemente la realidad del fenómeno productivo y que, por consiguiente, sean útiles a los efectos de vincular razonablemente los Factores o Recursos empleados con los Objetivos o Resultados obtenidos, a través de la definición de relaciones funcionales entre las distintas acciones que componen el Proceso Productivo en cuestión y su valorización.

6. Metodología

El presente trabajo posee enfoque cualitativo y tiene como objetivo describir la forma como las cooperativas en cuestión determinan sus costos de producción. Para esto se realiza una inmersión inicial en el campo (Municipio de Pueblo Viejo, Magdalena) y se trabaja en observación no participante. Se utilizaron ayudas visuales como fotografías, grabaciones audios y vídeos y se realizaron varias entrevistas semiestructuradas a algunos pescadores y administradores de la cooperativa. El trabajo se orienta en la tradición de investigación- acción. Esta tradición tuvo sus inicios después de la Segunda Guerra Mundial por medio de Lewin. Este tipo de trabajo involucra una serie de principios que intentan emancipar comunidades de manera gradual hacia la independencia, igualdad y cooperación (Lewin, 1946).

Existe gran cantidad de interpretaciones y formas de ejecutar investigaciones de este tipo, vinculándose muchas veces a los aspectos educativos, pero las principales manifestaciones y características de este tipo de investigación son las siguientes:

- Es de destacar el papel preponderante de la acción como definitorio de la investigación
- Implica un talante democrático en el modo de realizar las investigaciones, con una perspectiva enfocada en la comunidad
- Se separa de los modelos positivistas y fortalece el vínculo investigador-investigado, forjando un nuevo modelo de investigador que realiza un trabajo sistemático por medio de un método flexible, ecológico y orientado en los valores. (Rodríguez, Gil, & García, 1999).

Desde la perspectiva de Kemmis & McTaggart (1988), esta tradición de investigación es una forma de búsqueda autorreflexiva, llevada a cabo por participantes en situaciones sociales, para perfeccionar la lógica y la equidad de las propias prácticas sociales o educativas en las que se ejecutan estas prácticas y la comprensión de estas prácticas, así como las situaciones en las que estas se efectúan.

Por otra parte, se entiende a la contabilidad como mediadora en la construcción de sociedad, como instrumento utilizado para asignar y validar apreciaciones de valor en los intercambios de recursos. En este orden de ideas, se justifica la utilización de este tipo de metodologías que propender por comprender la forma como los individuos entienden y usan la contabilidad para validar sus prácticas sociales y se pretende que con la ejecución de este trabajo, la misma comunidad pesquera logre tener alguna mejora a partir de los conocimientos adquiridos de los resultados, bien sea durante la ejecución de la investigación o como un suceso posterior a

través del seguimiento que realiza el convenio de las Organizaciones Solidarias de la Universidad de a Costa CUC.

Las entrevistas se transcriben y se analizan línea por línea definiendo categorías emergentes, las cuales se van concretando en categorías cerradas, hasta lograr emerger los conceptos que dan luz a descripciones precisas del objeto estudiado. Estos resultados son analizados a la luz de los marcos teóricos previos de este trabajo para así lograr generar un análisis descriptivo riguroso de la forma como determinan costos organizaciones recién formalizadas, que estaban acostumbradas a la informalidad.

6.1 Área de investigación

El área de investigación del presente trabajo es la gestión contable y se enmarca en la línea de trabajo “Estudios de Contabilidad” liderada por el Grupo de Investigación GICADE del Programa de Contaduría Pública, de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de la Costa y se vincula a la investigación intitulada *“Fomentar, fortalecer y diseñar una estructura de negocios inclusivos que permita la generación de ingresos y la superación de la pobreza de las organizaciones asociativas y solidarias en los departamentos del atlántico, Magdalena y Bolívar”*.

6.2 Enfoque epistemológico

El enfoque de este trabajo es el cualitativo, donde se revisarán las experiencias, costumbres y procesos de contabilidad de costos de una cooperativa beneficiada en el programa de Organizaciones Solidarias de la Universidad de la Costa CUC y el Estado colombiano.

6.3. Alcance

En coherencia con Méndez (2012), este trabajo posee un alcance descriptivo, ya que busca realizar una caracterización de la contabilidad de costos a través de la aplicación de observación no participante y entrevistas semiestructuradas.

6.4. Método

De acuerdo con Bernal (2010), el método utilizado es el inductivo, ya que se analizarán los sucesos particulares para llegar a conclusiones generales.

6.5. Tradición

Inicialmente se realizó una inmersión inicial donde se pudo reconocer la oportunidad de estudiar la forma como organizaciones que se han mantenido informales toda la vida, se formalizan y logran subsistir llevando una administración de manera rudimentaria y simple. Luego de construir el problema, se construye un marco teórico que permita dar luces de los aspectos que se observarán con mayor detenimiento en el campo. Una vez en este, se procede a realizar observación no participante a los procesos y a la infraestructura física y organizativa de la cooperativa. Luego se realiza entrevista semiestructurada a informantes claves definidos con base en las observaciones iniciales. Se procesa la información contenida en las entrevistas, las imágenes, vídeos y audios compilados y se contrastan los resultados a la luz de la teoría definida inicialmente, para así hacer surgir nuevas interpretaciones de los fenómenos estudiados.

6.6. Fuentes

Este trabajo utiliza fuentes primarias principalmente, las cuales fueron las entrevistas que se realizaron a los pescadores, preparadores y vendedores de pescado, pero además hará uso de algunas fuentes secundarias.

6.7. Instrumento y/o técnica

Las técnicas utilizadas son la observación no participante y la entrevista semiestructurada y los instrumentos son cámaras fotográficas, grabadoras de video y audio, y la guía de entrevistas respectivamente.

6.8. Análisis de datos

Los datos son analizados con la ayuda de hojas de cálculo en Excel y utilizando las técnicas de revisión documental. Este trabajo se apoya en algunas Perchas de Análisis y fichas de lectura y de organización de las categorías previas, emergentes y cerradas.

7. Análisis y discusión

En el siguiente apartado, se dará continuación al trabajo presentando los principales resultados y sus análisis, necesarios para lograr el objetivo de la investigación.

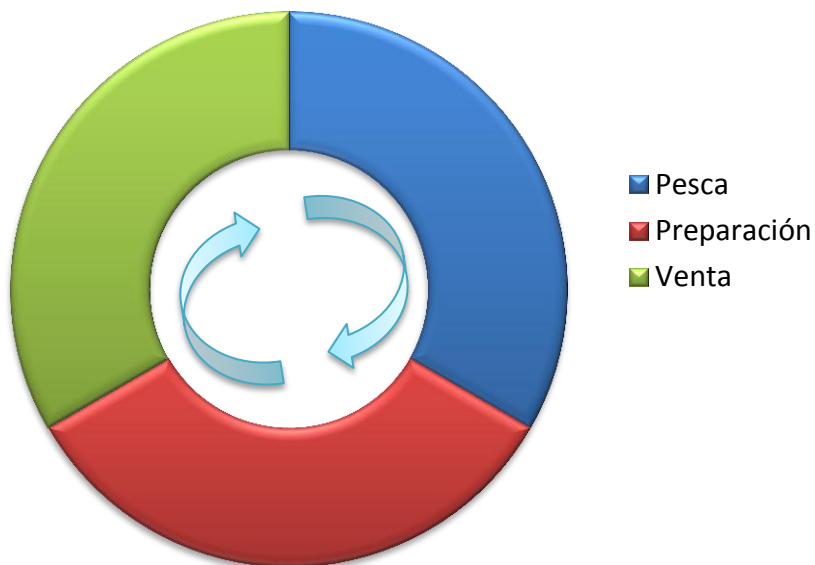


Figura 2. Procesos de la cooperativa

Fuente: elaboración propia a partir de las encuestas.

Como se puede observar en la Figura 2, el proceso de la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo, consta de tres mega fases. La primera se trata del proceso de pesca, realizado por un grupo específico de pescadores experimentados. La segunda fase, se trata de las personas quienes preparan el producto para la venta y la tercera fase, se trata de la venta del mismo. Cada grupo de personas se especializa en su actividad y se encuentran organizadas en forma de clúster, donde cada grupo de trabajo obtiene sus ingresos al terminar su ciclo. En los próximos capítulos se analizará cada uno de estos más detalladamente.

Generalidades de proceso

En el año 2004 a través de proyectos de las organizaciones solidarias y la Universidad de la Costa CUC con participación de los profesores Jorge Otálora, Eduardo Chang, Madeleine Sánchez, Midreth Garizabalo y Carmenza Rosales, han logrado organizar y formalizar asociaciones de trabajadores informales en la actividad artesanal de la pesca en Pueblo Viejo

(Magdalena), a quienes se logró inscribir en cámara de comercio como una Cooperativa de Pescadores, también obtuvieron un número de identificación tributaria (NIT) y abrieron una cuenta bancaria; luego de esta formalización se reconoce que no hay un apoyo lo suficientemente fuerte para que esta organización prevalezca.

Sin embargo, su actividad sigue siendo informal, de hecho, se constató mediante la consulta en el registro mercantil RUES, que este año aún no han renovado el registro mercantil. Por lo que se considera inexacto, calificar estas entidades formales, solo por contar con el registro logrado en la intervención de la Universidad de la Costa.

Se realizó la primera entrevista o inmersión a la Cooperativa, donde se encontraron a unas personas muy amables, atentas y colaboradoras pero que en su mayoría son analfabetas o tienen dificultades para escribir. Lo cual fue un primer aspecto relevante para documentar la visita, además las personas que realizan esta actividad artesanal de pesca son personas mayores, ya que no se siguió inculcando a sus nietos este arte, según ellos para que tengan un futuro diferente.

Aseguran que la faena de hoy en día no es tan buena como la de hace mucho tiempo atrás, cuando toda la familia se dedicaba a la misma actividad. Dicen que la carretera destruyó el 50% de la ciénaga, el desarrollo los ha acabado por la mala técnica que se le da, la mejor pesca es la artesanal.

Al llegar a la Cooperativa por primera vez, no se pudo hablar con la líder, la señora Rosa Ortiz ya que esta se encontraba incapacitada, pero, se logró contacto con su hermana, la señora Evelin Ortiz y el señor Víctor Ortiz quienes son miembros de la cooperativa.

El señor Víctor es uno de los pescadores quien muy cordialmente relató sus faenas de pesca las cuales las realiza en la ciénaga o a mar abierto, enseñó sus herramientas de trabajo,

describió el proceso de pesca y los innumerables tipos de pescado que con mucho trabajo y paciencia logra pescar en su jornada de trabajo. Como dice el señor Víctor: “Pesco en la mañana, en la tarde o en la madrugada”.

Se pudo evidenciar, además, que los miembros de la Cooperativa, no reconocen los costos indirectos, como el hielo y algunos transportes, los cuales no incluyen en sus cuentas y los llaman “los adicionales”.

Basado en los resultados de las entrevistas, puede evidenciarse que la forma de asignar costos se basa en la informalidad, pues, este proceso se da a partir de la observación del precio de mercado, de la época del año, de la cantidad de pesca, de la cercanía con las quincenas o mesadas de trabajadores formales, del oportunismo o ventaja que se puede obtener al negociar con el cliente, entre otras.

El oportunismo es uno de los aspectos, en los que los entrevistados hicieron más énfasis, aseverando que asignan los precios de venta *“dependiendo de cómo está el mercado, la época del año, la abundancia de peces, cuando hay movimiento de plata cuando es la quincena, o cuando es fin de semana, suponiendo que el pescado me sale a mí a diez mil pesos yo intento vender a doce o trece mil dependiendo del marrano; Hay gente que mira el pescado y dice “esto vale tanto” entonces te piden rebaja, y se le hace la rebaja, pero uno procura que le vaya quedando ganancias, así sea \$2000 porque uno tiene que incluir todo lo que se gastó”*.

Estos resultados guardan relación con lo plateado por Reveles (2004), sin embargo, se pueden evidenciar importantes diferencias en lo relativo a proporcionar suficiente información en forma oportuna a la dirección de la microempresa, para una mejor toma de decisiones. Para la cooperativa esto es parcialmente contradictoria por que la información que ellos tienen la

obtuvieron por la experiencia al realizar esta actividad a través de los años, pero no genera información para ayudar a la dirección en la planeación, la evaluación y el control de las operaciones de la microempresa.

Según los resultados, en línea con Reveles (2004), sin embargo, se encontró que determinar el costo unitario a partir de conocer el costo de cada pescado por unidad, “Los pescados finos son los más grandes: Pargo, Cojinúa y la Sierra, y son los más costosos; los pescados pequeños como Jurel y Coroncoro son los más baratos”. Lo que es coherente en las normas políticas de dirección y para efectos de evaluar los inventarios de producción en proceso y de artículos terminados.

En referencia a determinar las utilidades a través de los dos indicadores como conocer la utilidad y la existencia de métodos de determinación de utilidad se puede concluir que el pescado tiene diferente precio o costo a medida que avanza el ciclo de proceso, estos resultados están en línea con lo planteado en Reveles (2004); por el pescador se lo entrega a los preparadores a un precio, los preparadores lo procesan y le entregan a los vendedores a otro precio, Los vendedores finalmente deben sumar todos esos costos y venderlos por encima para que les deje ganancias; al final del día debe quedar ganancias que cubra todo lo que le invirtieron en las tres áreas. El pescado que más da ganancia son los más grandes.

Los demás vendedores de pescado influyen en la venta porque tratan de tener un precio similar al de los vendedores o un poco más bajo para ser competitivos, el día que los otros vendedores no salen a vender ellos aprovechan para vender más caro. El entrevistado N°2 en este punto concluyó lo siguiente *“que el pescado pequeño es el que da más ganancia porque es el que más se vende, por mayor cantidad, por la economía y el pescado grande que se vende más caro es el que menos cantidad se vende, pero cuando se vende es el que más da ganancias”*.

En cuanto a conocer la planificación del proceso y la coordinación entre áreas se pudo determinar que por ser una labor empírica y de muchos años de experiencias de todos sus participantes, como se refleja en Figura 2, son procesos repetitivos los cuales cada uno trabaja en su área determinada con actividades planificadas diariamente, el pescador entrega su producido aproximadamente a las 11:00 am los preparadores lo procesan y lo dejan listo para el día siguiente en la mañana temprano los vendedores salen a vender. Los pescadores descansan el domingo y los preparadores y vendedores descansan los lunes, porque como todo es un ciclo, los lunes no tienen nada que vender ese día salen los pescadores a pescar para tener con que vender el martes.

7.1. Necesidades de costeo de la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo

En la Figura 3, se muestran las necesidades de costeo. Para determinar dichas necesidades, el objetivo es determinar cada una de las dimensiones a las que subdivide esta variable, como método en la segunda inmersión se ha realizado la aplicación de un instrumento a los participantes de la Cooperativa De Vendedores De Pescado De Pueblo Viejo (Magdalena), beneficiada en el proyecto de Organizaciones Solidarias de la Universidad de la Costa.

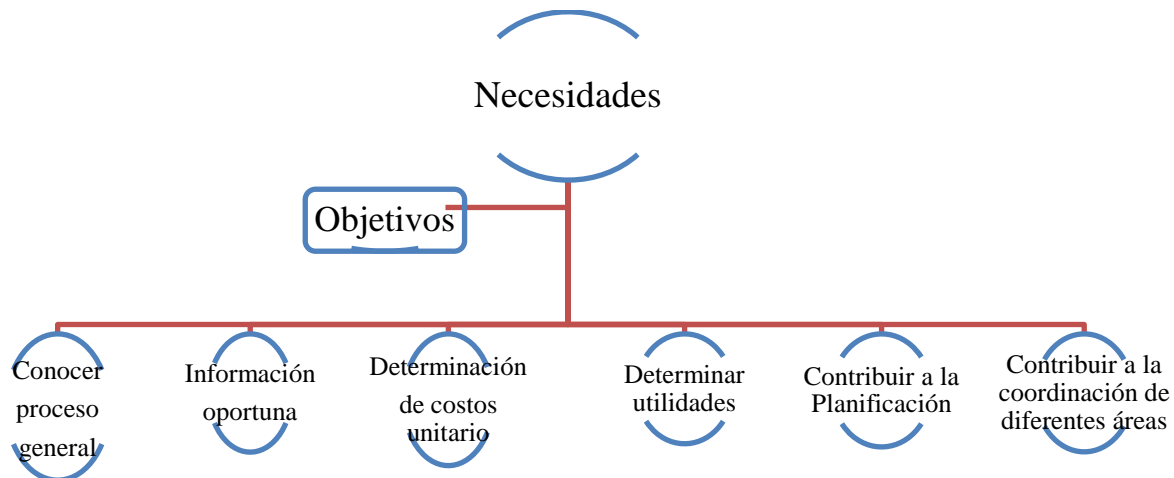


Figura 3. Representación gráfica de las necesidades de costeo

Fuente: elaboración propia a partir de Reveles (2004).

Partiendo de los resultados obtenidos de la encuesta, se logró conocer el proceso en general, el cual como se explicó anteriormente está dividido en tres procesos y que resume de la siguiente manera: “*el pescador realiza el producido del día, a ese producto le pone un precio, se lo vende a los preparadores de pescado y ellos lo dejan listo para salir a vender y se lo entregan a los vendedores y estos lo salen a vender al día siguiente ya con el precio final*”. Como se puede apreciar este es un ciclo de procesos repetitivos.

Sus herramientas de trabajo son el bote a motor, vela o remo; palangre o línea de mano, anzuelos, atarraya. Sus insumos son carnadas (Sardina, peces pequeños), cavas con hielo (refrigerante especial) grandes o medianos, *javio* (pan, panela, refresco en polvo, tinto), entre otros. Para realizar la pesca artesanal en la ciénaga utilizan la atarraya, en el mar abierto utilizan el palangre; En un bote siempre pescan dos personas por seguridad y eficiencia en la faena.

La principal dificultad de trabajar entre áreas es que una depende de las demás, si los pescadores no obtienen el producto suficiente los demás no pueden trabajar, no pueden seguir con su

proceso, pero dado en el caso que tengan el producto los vendedores si hace mal clima no pueden realizar su venta.

Sus consumidores o clientes están en los corregimientos vecinos como Ciénaga, Bonda y en la ciudad de Santa Marta, entre otros turistas de la región o transeúntes en la vía. Los vecinos del pueblo muy poco compran estos productos ya que por ser un pueblo pesquero sus habitantes se dedican a la pesca para su consumo diario. La principal actividad de este pueblo es la pesca.

Finalmente se puede decir que las necesidades de costeo de la Cooperativa de Pescadores de Pueblo Viejo- Magdalena son las resumidas en el Tabla 1.

Tabla 1.

Necesidades de costeo de la cooperativa de pescadores de Pueblo Viejo- Magdalena

Mega Proceso	Necesidad de costeo
Pesca	Determinación de costo unitario del pescado Determinación de costos por tamaño y clase de pescado Determinación de costos por horas de trabajo Determinar los costos como Carnada, Javio, Anzuelos, Lancha, Motor, Gasolina, entre otros.
Preparación	Determinación de costos de refrigeración Determinación de mano de obra preparación Determinar los costos de la Sal, Hielo, Cava, Poncheras.
Venta	Determinación de costos de almacenaje Determinación de costos de refrigeración Determinación de costos por tamaño y clase de pescado ya preparado listo para vender. Determinación del costo de venta unitario del pescado. Determinación de costos por horas de trabajo. Determinar los costos de los transporte para llegar a cada destino de venta.

Elaboración propia con base en las entrevistas.

Tabla 2.

Determinar costos de ventas y costos adicionales Proceso 1

Área	Pescadores
Inversión	Javio
	Carnada
	Anzuelos
	Gasolina del motor
	Tiempo Invertido
	Acompañante
	Pescado obtenido
Total costo del pescado al finalizar este proceso	

Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

En el Tabla 2 se puede apreciar los elementos que los pescadores a la hora de realizar su proceso tienen contemplado “*Invertir*” como ellos le llaman, los cuales hacen parte de la primera fase que realiza la Cooperativa, lo que es indispensable para determinar los costos de ventas y costos adicional que incurren para finalizar este proceso, lo que da como resultado el costo del producto recién pescado.

Tabla 3.

Determinar costos de ventas y costos adicionales Proceso 2

Área	Preparadores
Inversión	Pescado
	Sal
	Hielo
	Cava
	Tiempo invertido
Total costo del pescado al finalizar este proceso	

Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Del Tabla 3 se pueden observar los elementos que los preparadores de pescadores utilizan para realizar su proceso, los cuales hacen parte de la segunda fase que realiza la Cooperativa, lo que es indispensable para determinar los costos de ventas y costos adicional que incurren para finalizar este proceso donde reciben de los pescadores el producto a un precio el cual ellos deben pagar de inmediato, lo que da como resultado el costo del producto ya preparado y listo para su venta.

Tabla 4.

Determinar costos de ventas y costos adicionales Proceso 3

Área	Vendedores
Inversión	Pescado
	Sal
	Hielo
	Transportes
	Tiempo invertido
Total costo del pescado al finalizar este proceso	

Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

En el Tabla 4 se observa los elementos que los vendedores de pescadores utilizan para realizar su proceso, los cuales hacen parte de la tercera fase que realiza la Cooperativa, lo que es indispensable para determinar los costos de ventas y costos adicional que incurren para finalizar este proceso, reciben el pescado ya listo para su venta, lo que da como resultado el costo del producto vendido.

7.2. Procesos de costeo de la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo

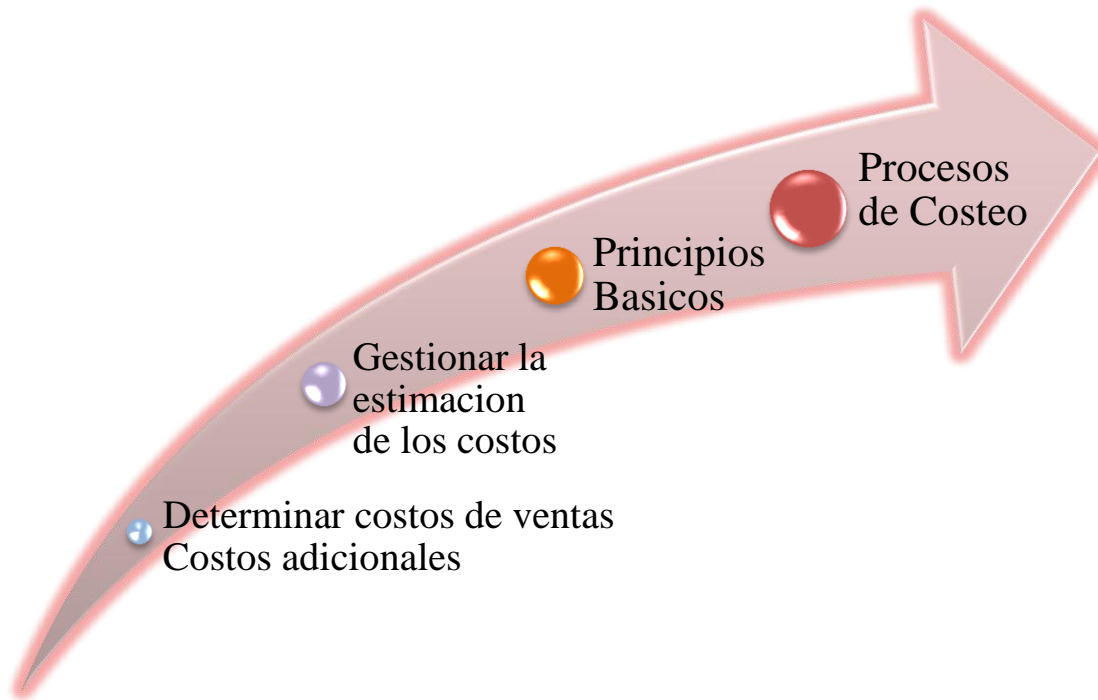


Figura 4. Representación gráfica de los procesos de costeo

Fuente: elaboración propia a partir de González (2013).

Como se puede observar en la Figura 4, donde la variable es los procesos de costeo, el plano de la teoría del costo, donde se ubica el cuerpo de principios básicos que precisamente, permite crear o definir técnicas de costeo que apunten a resolver los problemas de la realidad de la gestión empresarial. Según los resultados de las entrevistas, se logró determinar cómo ellos llevan el costo en sus procesos. Basada en los planteamientos de Oscar Osorio (1993), se describirá la forma cómo la Cooperativa logra definir los precios de los pescados teniendo en cuenta todos los costos en que incurren, el cual se muestra en el Tabla 2.

Tabla 5.

Forma de asignar costos cooperativa de pescadores de Pueblo Viejo- Magdalena

Mega proceso	Proceso	Forma de determinar costos
Pesca	Preparativos (Carnada, lancha, anzuelos...)	1- Por experiencia.
		2- Comparando con los otros vendedores.
	Faena	3- Disponibilidad de las herramientas.
		1- Por experiencia.
Preparación	Cuidado y Entrega	2- Abundancia o escases.
		3- Estados del Clima y las estrellas.
	Recibe	1- Por experiencia.
		2- Clase del Producto.
Venta	Prepara	3- Cantidad del Producto.
		1- Comprar el Producto fresco.
	Entrega para la Venta	2- Por experiencia.
		3- Cantidad del Producto.
Almacena producto no Vendido	Recibe el Producto Preparado	4- Clase del Producto.
		1- Por experiencia
	Vende	2- Clasificar el producto para prepararlo.
		3- La cantidad de sal y hielo Utilizada.
Almacena producto no Vendido	Recibe el Producto Preparado	1- Por experiencia.
		2- Conservación.
	Vende	3- Entregar el producto preparado.
		4- Sacar lo invertido.
Almacena producto no Vendido	Recibe el Producto Preparado	1- Comprar el Producto Preparado.
		2- Suficiente cantidad de producto.
	Vende	1- Por la experiencia
Almacena producto no Vendido	Recibe el Producto Preparado	2- Comparando con los otros vendedores.
		3- Oferta y Demanda.
	Vende	4- Tiempo Invertido.
Almacena producto no Vendido	Recibe el Producto Preparado	5- Transportes Públicos Utilizados.
		6- Conservar el producto durante el tiempo que dure el día de venta.
	Vende	7- Sacar lo invertido.
Almacena producto no Vendido	Recibe el Producto Preparado	1- Cantidad del Producto.
		2- Cantidad de Sal y Hielo.
	Vende	3- Cantidad de Cavas.

Elaboración propia a partir de las entrevistas.

Tabla 6.*Determinar costos de ventas y costos adicionales promedio*

	Ingresos	Costos
Ventas Estimadas Diarias	380.000	
Pescado		200.000
Transportes		14.000
Sal y Hielo		5.000
Totales	380.000	219.000
Total Ganancia	161.000	

Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Como resultado de las entrevistas se logró determinar el costo de venta y costo adicional promedio, ver Tabla 6, el cual muestra sus ventas estimadas diarias y los costos en los que incurren en la operación al momento de vender, como resultado “*las ganancias*” como ellos le llaman, utilidad al finalizar la operación.

Estos resultados hallan coherencia con los planteamientos de Oscar Osorio (1993) donde sostiene que cada unidad económica tiene una estructura funcional de sus costos propia, que es consecuencia de cierta política de gestión organizacional y de una función técnica de producción que determinarán las relaciones funcionales, su intensidad y correlación dinámica. Lo cual es absolutamente coherente con la teoría ya que esta cooperativa al tener una actividad informal busca crear su propio sistema de costo más conveniente para determinar sus ganancias.

Se determinó que los productos que pescan y venden en su mayoría son los siguientes, su unidad de medida es el kilo y su valor aproximado, ver Tabla 7. El cual varía dependiendo del peso del pescado, la temporada y a la competencia:

Tabla 7.

Precio de los productos según su unidad de medida

Producto	Valor en Kg
Sierra	18.000
Pargo	16.500
Robalo	14.000
Carita	12.500
Mojarra	13.000
Cojinúa	11.000
Lebranche	10.000
Coroncoro	10.500
Grande	
Jurel	9.500
Chivo	9.000
Bonito	8.000
Langostino	29.000
Camarón	28.000
Jaiba	15.000
Pulpa de lisa	11.000
Pulpa de Macabí	8.500

Elaboración propia a partir de las inmersiones a la cooperativa.

7.3 Fortalezas y debilidades del proceso de costeo de la cooperativa de vendedores de pescado en Pueblo Viejo

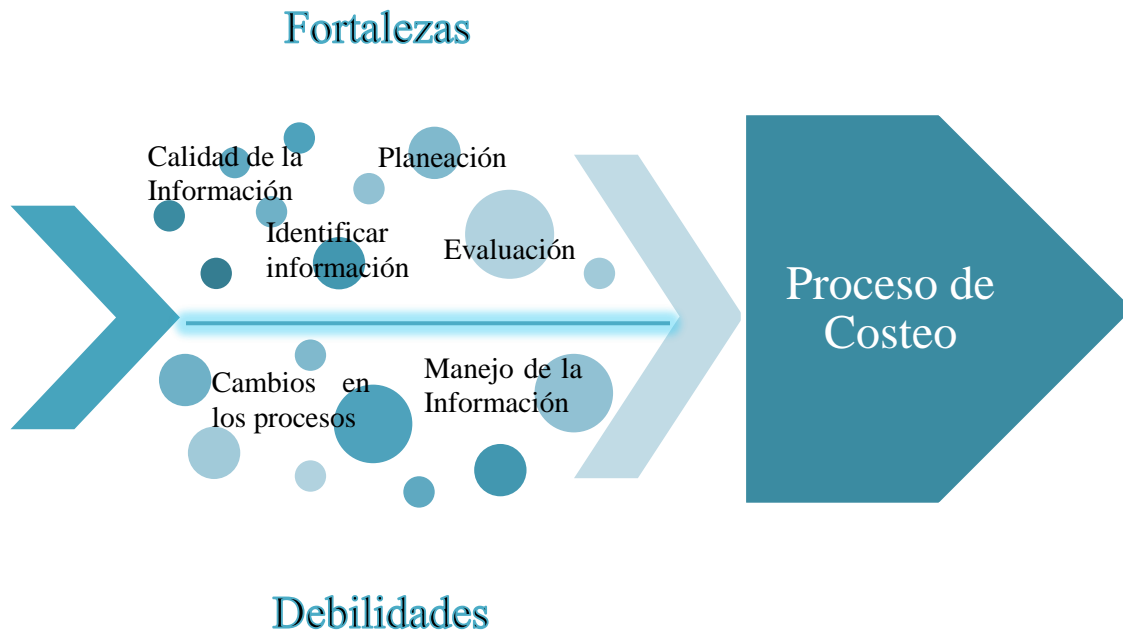


Figura 5. Representación gráfica de las fortalezas y debilidades del proceso de costeo

Fuente: elaboración propia a partir de Reveles (2004).

A través de la Figura 5, se logró exponer las fortalezas y debilidades del proceso de costeo de la Cooperativa, en su actividad y en cada grupo de trabajo al terminar su ciclo los cuales se analizará cada uno de estos más detalladamente, por los cuales se determinaron unos indicadores, ver Tabla 8. En donde se plasma las dimensiones e indicadores a cada una de las variables las cuales fueron base para desarrollar.

Tabla 8.

Subcategoría de las variables fortalezas y debilidades

VARIABLE	REFERENCIA CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Fortalezas	Reveles (2004), Proporcionar suficiente información en forma oportuna a la dirección de la microempresa, para una mejor toma de decisiones	Calidad de la información	Información Oportuna Satisfacción de la información
		Identificar información Planeación Evaluación	Procesos de identificación de información Planeación de la información Evaluación de la información
Debilidades	La recolección, análisis y reportes de datos causan trabajo extra y Resistencia al cambio dentro de la organización.	Manejo de la Información Procesos	Análisis de Información Cambios en los procesos de costeo

Elaboración propia a partir de la teoría existente.

Al respecto de la fortaleza la calidad de la información para ellos es oportuna y están satisfechos con ella, su labor al ser empírica no anota nada, ninguna información detallada la cual analicen para luego tenerla en cuenta en el cálculo de los costos, solo sacan lo que invierten y el resto lo consideran ganancia. En general, ellos se apoyan de la experiencia y de este proceso empírico en el cual ellos ya saben cuáles son sus gastos diariamente, las temporadas de abundancia y de escasez, de movimiento de dinero (quincenas, primas y entre otras).

Agrega un participante de la encuesta: *“Nosotros como pecadores deberíamos llevar una bitácora, pero no la llevamos por falta de organización y de un líder constante”.*

Así las cosas, ellos no anotan ninguna información que les pueda ayudar a predecir cambios, por la experiencia planean sus actividades y aprovechan esta información para saber

cuándo tienen que tomar descansos o por el contrario cuando tienen que seguir con sus procesos para darle provecho a la temporada.

Por otro lado, en sus debilidades se encontró que al estar la Cooperativa desorganizada, sin ningún control o administración que lo lidere no les está ayudando a los pescadores con información que los ayude en sus procesos. Para determinar sus costos no se apoyan en calculadoras, computador u otras herramientas; lo hacen a través de anotaciones en libretas de los gastos diarios, pero sin ningún control de análisis; no planifican sus actividades, todo lo hacen mecánico, rutinario día a día; lo único que tienen en cuenta para que al final les salga más barato vender es sacar lo que invirtieron. En ninguna de las áreas no revisan ni tienen en cuenta las posibilidades de mejoras, ellos se enfrascan en que después que saquen lo que invierten el resto es ganancia.

Para los pescadores y vendedores de pescados la mayor dificultad es el clima, los cambios del sol, las estaciones de la luna, el viento y la lluvia, Los tiempos buenos o adecuados son cuando el agua está tranquila, tiempos de bonanza; los tiempos malos son cuando hay mucho viento, borrasca, olas altas y mar bravo; para los preparadores es la conservación del pescado, la buena preparación, salarlo bien, cuidando siempre que este no se dañe por las moscas y la humedad, pues puede durar hasta 30 días para que este no se dañe. Ver Tabla 9.

Tabla 9.

Fortalezas y debilidades del proceso de costeo de la cooperativa

Fortalezas	Debilidades
Labores empíricas	Información para predecir los cambios en el futuro
Realizan todos los procesos y actividades por experiencias	No existen registros, ninguna información detallada la cual analicen para luego tenerla en cuenta en el cálculo de los costos
Actividades mecánicas, rutinario	Falta de organización
Saben cuáles son las épocas de abundancia y escases	Falta de un líder constante
	Conocimientos básicos de contabilidad
	Control o administración
	No utilizan ninguna herramienta tecnológica
	No planifican sus actividades
	No buscan posibilidades de mejoras
	Descomposición del producto
	Clima y cambios de la naturaleza

Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Puede evidenciarse cierta diferencia con estos resultados y lo planteado por Jiménez (2010) en lo relativo a la importancia de una contabilidad de costos que garantice el registro de los costos en los libros de contabilidad, el análisis de los costos para diferentes propósitos: planeación de operaciones, identificación de tendencias y la presentación detallada de informes para la toma de decisiones internas; la cooperativa no tiene ningún registro formal, ni analiza ningún información que le ayude a predecir cambios en su operación por lo cual no tienen informes que le ayuden la toma de decisiones, pero a pesar de todo esto siguen realizando sus actividades aun que en la informalidad siguen generando ganancias.

8. Conclusiones

Se logró concluir que a pesar de ser un sector con altas características de informalidad, al indagar sobre las necesidades de costeo, se puede evidenciar que poseen necesidades de costeo tan importantes como la de las grandes empresas, pero que el sustento y la supervivencia invaden su día a día dejando a un lado labores de formalización de los procesos de costos.

Por otro lado, se logró caracterizar los procesos de costeo de la Cooperativa los cuales están muy marcados por la experiencia y por todas sus actividades realizadas de forma empírica, lo que es determinante para que este tipo de organización prevalezca a través del tiempo y sigan obteniendo así rentabilidad, la cual es fundamental en colectivos desfavorecidos. Para esto se realizó una investigación de enfoque cualitativo, en la tradición de investigación-acción, usando fuentes primarias por medio de la observación no participante y la entrevista semiestructurada. Como principales resultados se evidencia una débil estructura de costos y la permanencia de su condición ontológica de pescadores artesanales, sin presentar evidencias de cumplimiento de los requisitos formales del sector cooperativo.

La triada Universidad-Empresa-Estado propende por el desarrollo de las organizaciones y la competitividad de las regiones a través de la disponibilidad del conocimiento y de los recursos en pro del desarrollo. La Cooperativa de Vendedores de Pescado de Pueblo Viejo- Magdalena, es una organización que nace bajo este modelo con el apoyo de la Universidad de la Costa, recibiendo apoyo en su formalización como organización. Al ser un grupo de pescadores artesanales por tradición, estos requieren mayor ayuda en la implementación de procesos que contribuyan a mejorar su competitividad.

Adicionalmente se evidenciaron las fortalezas y debilidades del proceso de costeo, donde se puede notar que necesitan implementar una contabilidad de costos, acorde a su naturaleza y objeto social, para así fortalecer esas debilidades las cuales sobre salen y de esta manera poder formalizar todas sus labores de procesos de costos.

Finalmente se logró describir las características de la contabilidad de costos de la Cooperativa de Pueblo Viejo – Magdalena, como una contabilidad de costos informal basada en la experiencia de los pescadores, los cuales llevan todos sus costos de acuerdo a la experiencia, lo gastado y a la cantidad de pescado que circulen en sus megas procesos.

Los sectores más vulnerables de la economía, tales como las pequeñas organizaciones de trabajo conjunto de pescadores informales, necesitan mayormente del seguimiento y apoyo de instituciones del Gobierno, no solo para “formalizarlos” con relación al registro mercantil, sino, en una formalización general de todos sus procesos, considerando la naturaleza y el tamaño de este tipo de unidades económicas, de tal forma que aporten a la mejora del sector, pues, estos han sobre vivido por décadas de manera totalmente informal, en tal sentido, se esperaría que la inclusión de la Universidad y el Estado, den un impulso a dichas economías, si no todo el trabajo quedaría como la satisfacción de un requisito del Estado y la Universidad y no como un verdadero apoyo que genere progreso y bienestar.

La tradición de investigación en investigación cualitativa “investigación-acción”, involucra una serie de principios que intentan emancipar las comunidades de manera gradual hacia la independencia, igualdad y cooperación (Lewin, 1946). Lo que indefectiblemente hace vincular al investigador con su objeto de estudio, apartándose de la manifestada objetividad que intenta ostentar las ciencias positivistas, el investigador debe vivir los sucesos con las personas que conforman dichas comunidades, enriqueciendo sus hallazgos a partir de las experiencias

mismas de quienes las experimentan. Así, se confirma lo expresado en los libros de metodología (Rodríguez, Gil, & García, 1999), donde se plantea que en esta tradición de investigación, cobra papel preponderante la acción, como el defensorio de la investigación, de donde surgen las interpretaciones de los comportamientos sociales y sus posibles consecuencias para propender por mejorar las condiciones de las comunidades estudiadas.

Futuras líneas de investigación

En el futuro y como repercusión de este trabajo, surge la pregunta sobre cuál sería el sistema de costeo que les permita, de manera económica y acorde a sus necesidades, identificar sus costos de producción. Asimismo, cabe preguntarse por la efectividad de la inclusión del Estado las Instituciones de Educación Superior para mejorar los sectores económicos. Esto repercute en la necesidad de diseñar un sistema de costeo acorde a sus necesidades organizacionales y reevaluar su forma de operar como cooperativa. Investigaciones más profundas pueden medir el grado de efectividad de la misma.

Asimismo, se presentan las siguientes recomendaciones:

- Capacitar a la población y/o recibir una inducción básica de que son los costos, para que sirvan y por qué deben llevar contabilidad de costos.
- Diseñar un sistema de costos acorde a este tipo de microempresas y con este objeto social, de la forma más sencilla y dinámica posible.
- De ser posible realizarle seguimiento y constante apoyo a la Cooperativa para que sigan desarrollando esta actividad formalizada, ya que si no cuentan con esta garantía ellos solo llevarían esta organización por poco tiempo sin constancia alguna.

Referencias

- Altahona, T. (2009). *Contabilidad de Costos*. Bucaramanga. Recuperado el Julio de 2017, de <http://es.calameo.com/read/002271387de39db260c76>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Bogotá D.C.: Prentice Hall.
- BIP, C. (2016). (M. d. Interior, Editor) Recuperado el 30 de Abril de 2017, de <http://bipcolombia.mininterior.gov.co/2016/>
- BIP, C. (2016). (MININTERIOR, Editor) Recuperado el 30 de Abril de 2017, de <http://bipcolombia.mininterior.gov.co/2016/convocatoria>
- Cartier, E. (Octubre de 2002). *Apuntes para un replanteo de la teoría de los costos fijos*. Congreso Argentino de Profesores Universitarios de Costos, Buenos Aires, Argentina, Argentina. Recuperado el Julio de 2017
- FAEDPYME. (2017). *Estrategias para el desarrollo de la microempresa en iberoamerica*. Fundacion analisis estrategico para el desarrollo de la Pyme. Recuperado el 29 de Mayo de 2017
- Gonzalez, N. (04 de Abril de 2013). Teoría General del Costo. 2013. Recuperado el Julio de 2017
- Gordillo, R. A. (2017). 2016 Un Año de Resultados. *Organizaciones Solidarias*, 23, 9-28. Recuperado el 30 de Abril de 2017, de <http://www.orgsolidarias.gov.co/sites/default/files/pagina-basica/pdf/Revista%2023%20PDF%20ultimoweb.pdf>
- Horngrén, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2012). *Contabilidad de Costos. Un enfoque gerencial*. (1. Th, Ed.) Estados Unidos: PEARSON Educacion. Recuperado el Julio de 2017
- Horrach, P. (2015). La actitud de las empresas de economía solidaria frente a la divulgación de información sobre sostenibilidad desde el prisma de la teoría de los stakeholders o grupos de

- interés. *Revista de Contabilidad*, 14, 267-297. Recuperado el 30 de Abril de 2017, de <http://ezproxy.cuc.edu.co:2054/science/article/pii/S1138489111700358>
- Jiménez, W. (2010). *CONTABILIDAD DE COSTOS*. Bogota D.C., Colombia: Fundación para la Educación Superior San Mateo. Recuperado el 17 de 10 de 2017, de <http://www.sanmateo.edu.co/documentos/publicacion-contabilidad-costos.pdf>
- Longenecker, J. (2007). *Administración de pequeñas empresas: enfoque emprendedor*. Mexico: Thomson. Recuperado el Septiembre de 2017
- López, M., & Hernandez, S. (Abril de 2010). Los Sistemas de Contabilidad de Costo en la PYME Mexicana. (47), 49-56. Recuperado el Julio de 2017
- Luna, J. (2012). *Influencia del capitak humano para la competitividad de las pymes en el sector manufacturero de Celaya, Guanajuato*. Celaya, Guanajuato, Mexico. Recuperado el 07 de Junio de 2017
- Martínez, L. C. (2009). *Alta Dirección en las PYMES*. Mexico: Poder. Recuperado el 29 de Mayo de 2017
- Méndez, C. (2012). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. México: Limusa. Recuperado el Junio de 2017
- Organizaciones Solidarias*. (s.f.). Recuperado el 30 de Abril de 2017, de <http://www.orgsolidarias.gov.co/la-entidad/qui%C3%A9nes-somos>
- Orozco, G. (Agosto de 2005). *Portafolio*. Recuperado el 09 de 2017, de El entorno empresarial colombiano.
- Osorio, O. M. (2016). *Teoria General del Costo*. Contabilidad, Finanzas y Auditoria en el Proceso de Integracion Iberoamericana, Cuba. Recuperado el Julio de 2017
- Osorio, O. M. (Diciembre de 1993). Hacia una teoria general de los costos. *Costos y Gestion*, III(10). Recuperado el Julio de 2017

Portafolio. (30 de 09 de 2009). Microempresas, informalidad y empleo. (FINANZAS, Ed.) *Portafolio*.

Recuperado el Septiembre de 2017

Revels, R. (2004). *Costos I* (Primera ed.). (C. U. Administrativas, Ed.) Jalisco, Mexico: Universidad de

Guadalajara. Recuperado el Septiembre de 2017

Ricardo Contreras, A. L. (2012). *Diagnóstico de las necesidades de las empresas manufactureras en*

Celaya. Celaya. Recuperado el 29 de Mayo de 2017

Rojas, R. A. (2017). *Contabilidad de Costos*. Manizales, Colombia. Recuperado el 17 de 10 de 2017, de

<http://www.bdigital.unal.edu.co/12101/1/ricardorojasmedina.2014.pdf>

Supersociedades. (s.f.). *Superintendencia de Sociedades*. Recuperado el 30 de Abril de 2017, de

<http://www.supersociedades.gov.co/superintendencia/quienes-somos/Paginas/default.aspx>

TIEMPO, E. (16 de 02 de 2016). Entre los factores de quiebra de nuevos negocios - Redacción Economía

y Negocios. *EL TIEMPO*. Recuperado el Abril de 2017

Velandia, G., Hernandez, L., Portillo, R., Alvear, L., & Crissien, T. (2016). Rasgos de la administracion

de la microempresa en Barranquilla, Colombia. *Espacios*, 37(09), 15-16. Recuperado el 29 de

Mayo de 2017

Anexo 1

Memoria fotográfica



Vivienda donde la cooperativa realiza sus actividades
Fotografía: Carmen Riquett



Caseta a orilla de la carretera donde venden el pescado
Fotografías: Carmen Riquett



Caseta a orilla de la carretera donde venden el pescado
Fotografía: Carmen Riquett



Herramientas de pescar, ancla improvisada

Fotografía: Carmen Riquett



Herramientas de pescar, boya improvisada

Fotografía: Carmen Riquett



Herramientas de pescar, atarraya
Fotografías: Carmen Riquett.



Llegada del Pescado fresco
Fotografía: Luis Noya.



Pescado fresco

Fotografías: Carmen Riquett



Preparacion del pescado

Fotografía: Carmen Riquett



Picar el hielo, para enhielar el pescado
Fotografía: Carmen Riquett



Cava donde almacenan el pescado
Fotografía: Carmen Riquett



Enhielando el pescado en la cava
Fotografía: Carmen Riquett.



Enhielando el pescado en la cava

Fotografías: Carmen Riquett.



Tripas y desechos del pescado

Fotografías: Carmen Riquett.



Tripas y desechos del pescado
Fotografías: Carmen Riquett.



Entrevistas
Fotografías: Luis Noya.



Entrevistas
Fotografías: Luis Noya.



Entrevistas
Fotografía: Luis Noya



Pescado preparado y dispuesto para la venta
Fotografía: Carmen Riquett



El señor pescador se disponia a ir a iniciar su faena
Fotografía: Luis Noya



Pueblo Viejo Magdalena

Fotografía: Luis Noya.



Pueblo Viejo Magdalena

Fotografías: Luis Noya

Anexo 2**Entrevistas**

Las siguientes preguntas semiestructuradas se formularon en la entrevista a una persona que realiza una actividad en la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo (Magdalena), durante una de las inmersiones que se realizaron en la Cooperativa:

Jairo Ortiz E 1¹**Pescador****1- ¿Dígame como llega el pescado al lugar donde lo vende?**

C (Explicación) Es decir que proceso realiza usted para que el pescado llegue a donde lo venden.

E (1) – Salgo a pescar como a las 5:00am hasta las 11:00am también la Faena puede ser de 11:00am a 3:30pm dependiendo del sol, los cambios de la luna, el viento, las estaciones y la lluvia. No tengo hora exacta porque tengo que tener en cuenta todo eso dependiendo; Pesco la mayor cantidad de pescado en ese tiempo y cuando llego de la faena le vendo todo lo que pesque a los preparadores de pescado y ellos me lo tienen que pagar enseguida.

2- ¿Cómo puede usted saber a cuanto le sale cada pescado en el lugar donde lo vende?

E (1) – Dependiendo de cómo este en el mercado, de la época del año si hay abundancia, si pesco bastante el pescado es más económico pero si pesco poco cuando no hay casi pescado es más costoso. Cuando hay movimiento de plata cuando es quincena y al final de cada

¹ Nombres cambiados para proteger los datos personales y la identidad de los participantes.

semana se vende más entonces dependiendo de esa información los vendedores saben a como tienen que vender el pescado.

3- ¿Cómo sabe usted el costo del pescado si tiene varias clases y tamaños?

E (1) – Se clasifica por la clase de pescado y a su vez por el kilaje que tenga. Cuando ya pasan de un kilo hacia arriba ya eso una mano; el camarón medio grande y langosta. También se venden pescado revuelto, ósea se pesca varios tipos de pescado y si salen algunos pequeños, que no son su tamaño normal de un pescado ya formado, se juntan todos esos y se venden como pescado revuelto, es pescado de toda clase pero pequeño y se venden por lo que pesen.

4- ¿Sabe usted a como le tiene que salir la venta de cada día para que al final, le saque ganancia?

E (1) – Sí, que me dé más de lo que invertí en el día, como el tiempo sacar para pagarle al muchacho con que pesco, pagar la gasolina del motor y el javio.

C – ¿Cuánto le paga al muchacho con que pesca?

E (1) – Dependiendo de lo que se pesque, de la cantidad de pescado que se saque y del tiempo que dure la faena hay días malos hay días buenos.

5- ¿Cuál es el pescado al que le saca más ganancia?

E (1) – El más rentable de todos los productos es la Sierra, depende a como este en la plaza y dependiendo de la época cuando llega la cuaresma deja buen dinero, buena ganancia, buenos ingreso por que todo el mundo compra pescado, pero hay épocas que la gente se va por el pollo o la carne entonces el pescado no tiene el mismo ingreso.

6- ¿Cómo saca la ganancia de la venta del pescado?

E (1) – Por ejemplo, se tiene el pescado la sierra a \$12.000 y se vende a \$14.000 está dejando \$2.000 de presupuesto y no quedan

Los \$2.000, porque hay que comprar hielo, hay que pagar una mesa si se vende en el mercado, si se tiene un puesto en el mercado, hay que pagar transporte que no es elevado que digamos pero se entra dentro de las ganancias que nosotros llamamos acá.

C- ¿Si usted pesca la Sierra usted no se las deja a un precio más bajo de los demás?

E (1) – No, porque yo no lo pesco solo si no con el muchacho que sale y él no va a aceptar que este a un precio estándar en un sitio y se le vaya a pagar más barato a él, todos se vende a un mismo precio.

7- ¿Los otros Vendedores de pescado influyen en su venta?

E (1) – Como así.

C – (Explicación) Es decir depende a como ellos lo vendan usted le pone precio a sus productos.

E (1) – No, si por ejemplo la señora mía estaba vendiendo en una mesa al lado había otra entonces por lo regular tenían casi el mismo precio, por lo regular tienen todas el mismo precio.

C – ¿Cómo llegan a eso a que todas tengan el mismo precio, se ponen de acuerdo o cómo?

E (1) – No, depende de a como compren por ejemplo el muchacho llega de tasajera y yo compro ese pescado a un determinado precio yo lo pesco y se lo doy a la señora mía entonces la señora mía con tal de venderlo rápido por ejemplo lo puede vender más barato de lo que compro allá en tasajera sabiendo que se está perjudicando a ella y está perjudicando a el otro.

8- ¿En cuántas partes se puede dividir todo el proceso completo de pescar y vender?

¿O en cuantas está dividido?

E (1) – bueno el proceso se divide entre pescador y comercializador, los que comercializan también preparan el pescado y le sacan las vísceras.

C – Digamos entonces que se divide en dos.

E (1) – Si en dos partes por eso.

9- ¿Cómo planifican las actividades de cada grupo de personas con diferentes labores?

E (1) – Dependiendo de la cantidad de pescado. Ayudan los vendedores de pescado a prepararlo para salir rápido de eso. Yo lo pesco y se lo entrego a Rosa ellas lo preparan, le sacan las vísceras y enhielan lo meten en las cavas y el vendedor sale a venderlo, en el pueblo, en Ciénaga y Santa Marta.

10- ¿De qué manera se coordinan los trabajos de las diferentes áreas?

E (1) – Cada quien sabe lo que tiene que hacer. Si salgo a pescar en la mañana desde las 5:00am llego a las 11:00am o salgo a las 11:00am llego a la 3:30pm. Entrego el pescado lo preparan y ellos lo sacan a vender al día siguiente en la mañana temprano. Nos comunicamos por el celular.

11- ¿Cuáles son las principales dificultades al trabajar entre áreas? Por ejemplo de pescadores a vendedores.

E (1) – Lo que nos afecta son los vientos los cambios de agua, la fase de la Luna las estaciones, los movimientos de agua el sol. Si no pesco en la mañana pesco en la tarde lo que les afecta a los vendedores al día siguiente.

12- ¿Anota información detallada de los procesos que le sirvan para calcular los costos del pescado?

E (1) – No, no anoto nada, dependiendo de cuanto me gaste en el día le saco eso y divido ganancia con Rosa (Líder de la Cooperativa que recibe el pescado y se lo entrega al vendedor, en ocasiones ella también vende pescado).

13- ¿Usted se siente satisfecho con la información que se utiliza para determinar el costo del pescado? ¿Por Qué?

E (1) – Me conformo con lo que saco del día. Porque después que nosotros saquemos lo que invertimos en el día y nos quede ganancias decimos que nos fue bien porque eso es lo importante que nos quede ganancia. Nosotros como pescadores solo pescamos y lo entregamos.

14- ¿Con qué tiene mayor dificultad para saber a cuánto tiene que vender?

E (1) – Te lo respondí anteriormente mi amor, con los cambios de la luna, el sol y el agua. Si llueve mucho no podemos salir a pescar.

15- ¿Qué es lo que usted cree que mejor le ayuda a saber a cuánto vender?

E (1) – Nosotros como pescadores deberíamos llevar ese control, ese control es bueno porque nos ayudaría a saber qué meses es bueno y que es malo, ese es un control que debiéramos tener aquí permanentemente.

C- Ese sería como una ayuda, anotar tener una vitacora de todos sus ingresos y costos.

E (1) – Sí, clara tener una vitacora.

16- ¿Con la información que tiene puede predecir cambios que le afecten su venta?

¿Cómo?

E (1) – Actualmente, nosotros no tenemos ninguna información por que vuelvo y le repito nosotros en la Cooperativa, todavía no ha empezado a como digamos, a vivir como tal, como

todos unidos por la Cooperativa, todavía estamos atrasados, no ha tenido ninguna clase de marcha constante.

C- Se quedó en el inicio en la conformación, en la legalización que le dio el profe Otálora mediante el proyecto de Organizaciones Solidarias de la Universidad de la Costa.

E (1) – Si, exacto, ya van varios años y sigue en lo mismo, por la mala administración.

17- ¿Cómo le ayuda la Cooperativa con información disponible y útil para su análisis que le sirva para saber a cómo vender?

E (1) – No, no se analiza nada, lo único es que cuando nos va así mal en un día se cambia de sitio a otro, a otros horizontes.

C- Es decir hoy no pescan del lado izquierdo si no que pescan del lado derecho.

E (1) – Es correcto más abajo, más arriba, más afuera, más a orilla, más o afuera o si de pronto, uno pesca de noche se pasa de distancia y de pronto no esta tan afuera sino más a la orilla.

18- ¿Para determinar los precios de ventas de los pescados usted se apoya con una calculadora, computador u otro? ¿Cómo lo hace?

E (1) – No, no usamos nada de eso. Lo tenemos en la cabeza. Sacamos la cuenta del día de lo que nos gastamos de lo que invertimos, lo que pagamos y si nos queda algo al final eso ya es la ganancia.

19- ¿Cómo planifica sus actividades para que al final le salga más barato pescar y vender?

E (1) – No planificamos, dependiendo de cómo este el día se trabaja. Todo ya se hace por la experiencia que tenemos todos los días haciendo lo mismo.

20- ¿Al final revisa y tiene en cuenta posibilidades de mejora para la próxima vez?

E (1) – Bueno esas precauciones no las tenemos.

C – De pronto no analizan o revisan eso.

E (1) – Si, no analizamos ese tiempo; uno a veces lo que hace es que cuando le va uno mal en un día se cambia de sitio.

21- Al analizar la información ¿Qué le causa mayor trabajo?

E (1) – No se analiza nada. Como ya te dije no planificamos nada todo ya lo da la experiencia de tantos años realizando esto.

22- ¿La cooperativa, los vendedores o pescadores han debido cambiar la forma de trabajar para poder saber a cuánto vender?

E (1) – Si, si nos organizamos nos va mejor, pero hemos tenido mal manejo. Todo lo estaba manejando Eliecer el hacía todo a nosotros no nos reunía como Cooperativa, él no le dio el manejo por eso todos vendemos al mismo precio estándar.

C- Y con la señora Rosa ¿no se reunía?

E (1) – si ellos se reunían pero como Eliecer era el representante de todo, no nos organizó como debía ser todo se quedó en palabras.

23- ¿Cómo se siente cuándo le toca hacer algo diferente para saber mejor a cómo vender?

E (1) – Mejor, si tenemos quien dirija bien. Quien nos organice porque si se queda como Eliecer que todo lo hacia él y no nos comunicaba no existía ningún proceso como Cooperativa para vender.

24- Cuénteme en términos generales, desde que se levanta a pescar hasta que venden, ¿cómo van determinando a cuánto le sale vender el pescado?

E (1) – Cuando yo lo pesco tiene un precio, a ese precio ya tiene incluido lo que me gaste pagándole al muchacho con que lo pesco, el javio lo que me gaste en la gasolina del motor el tiempo invertido y lo que me tiene que quedar a mí de ganancia.

25- ¿Cómo sabe usted que el vendedor no vende por debajo del precio establecido?

E (1) – Yo se lo entrego a los preparadores de pescado y ellos me lo tienen que pagar enseguida, si vende por debajo del precio no le saca ganancia. Después que a mí me lo paguen enseguida ya ellos miran a como lo venden.

26- ¿Cómo determina el costo del hielo y el transporte? por ejemplo

C (Explicación) Es decir cuánto le invierte usted en hielo y en transporte.

E (1) – En hielo dependiendo de la cantidad mi amor de pescado que se lleva, hay ocasiones que uno compra entre \$3,000 y \$4,000 y hay veces que se lleva más entre más hielo tenga mejor se conserva, y se paga el transporte dependiendo del tamaño de la ponchera o la cava. Ejemplo \$2,000 hasta ciénaga. A veces pesco con motor me gasto en gasolina \$10,000. En una faena me llevo el javio o merienda, pan, agua, agua panela, café.

Universidad de la Costa CUC

Pregrado Contaduría Pública

Describir las características de la contabilidad de costos (2017) de la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo (Magdalena)

Las siguientes preguntas semiestructuradas se formularon en la entrevista a una persona que realiza una actividad en la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo (Magdalena), durante una de las inmersiones que se realizaron en la Cooperativa:

Pedro Jiménez E 2²

Preparador de Pescador

1- ¿Dígame como llega el pescado al lugar donde lo vende?

C (Explicación) – Es decir que proceso realiza usted para que el pescado llegue a donde lo venden.

E (2) – Recibo del pescador en mi casa de todo el producido del pescador, todo lo que pesco en el día, preparo el pescado sacando las vísceras, salamos según la necesidad, se empaca con hielo en la cava, una capa de hielo y capa de pescado y así hasta llenar la cava de 42 litros, se transporta hasta el destino donde se vende.

2- ¿Cómo puede usted saber a cuanto le sale cada pescado en el lugar donde lo vende?

² Nombres cambiados para proteger los datos personales y la identidad de los participantes

E (2) – Dependiendo del producido que me entregue el pescador, si me entrega bastante tengo para preparar suficiente pescado para vender, si no me entrega pescado tengo que buscar otro pescador que me venda lo que pesco.

3- ¿Cómo sabe usted el costo del pescado si tiene varias clases y tamaños?

E (2) – Dependiendo de la especie. Cada especie tiene su tamaño y ellas se venden por kilo, entre más grande más costoso los pequeños también se venden por kilo, pero lo que más se venden son las especies pequeñas.

4- ¿Sabe usted a como le tiene que salir la venta de cada día para que al final, le saque ganancia?

E (2) – Lo compro a un precio tengo que venderlo a un precio superior, por tamaño, grande, pequeño pescado revuelto, revuelto grande, revuelto pequeño. Si lo vendo a un precio superior y le saco la ganancia de todo lo que le invertí en el día, sal hielo y el tiempo en prepararlo.

5- ¿Cuál es el pescado al que le saca más ganancia?

E (2) – El más grande es más caro, como la Sierra, el robalo, da más ganancia; pero el pescado pequeño es más económico y se vende más, como se vende en cantidad uno le saca más ganancias por que se vende más, por la comodidad de la gente, lleva más lisa, mojarra chivo por menor precio y más en cantidad, los vendedores dicen que el pescado más grande

da más ganancia porque en la venta de un pescado ven más la plata pero como se vende más el pequeño para mi es más rentable se le saca más de lo que se invierte.

6- ¿Cómo saca la ganancia de la venta del pescado?

E (2) – Como te dije anteriormente de todo lo que nos entregan los pescadores se clasifica, por la clase de pescado y el tamaño a esto se le invierte toda la sal que necesite teniendo en cuenta la necesidad y el hielo según la cantidad de pescado, mira si tú tienes media cava de pescado tienes que también llenarla de hielo para que se te conserve y todo eso se resta de las ganancias.

7- ¿Los otros Vendedores de pescado influyen en su venta?

E (2) – Si, algunos venden más barato que otros, toca ser más competitivo, cuando se necesita vender rápido se deja a un menor precio para salir rápido de eso, pero teniendo en cuenta lo que se invierte, en hielo sal y el tiempo se puede dejar más barato.

8- ¿En cuántas partes se puede dividir todo el proceso completo de pescar y vender?

¿O en cuantas está dividido?

E (2) – Creo que en tres los que pescan, los que preparan el pescado y los que lo venden. No todos saben preparar el pescado.

9- ¿Cómo planifican las actividades de cada grupo de personas con diferentes labores?

E (2) – Los pescadores pescan el pescado lo venden, nosotros se lo compramos; se prepara el pescado hay unos pescados que lo salamos poco, que es el que vendemos aquí en la carretera y el que consumimos aquí en la casa, La Lisa la ponemos al sol para que se seque sequito sequito, se habrá se lava y se pone al sol por día y medio, al clima normal ni tan frio sin húmeda por que la humedad hace que le salga queresas le salga gusanos.

C- Y ¿qué es lo que le sacan la pulpa?

E (2) – Sí le sacamos la pulpa de Lisa. En un día se compra \$80.000 y se saca \$100.000 de ganancia. El pescado se cuenta por contada, una contada son 100 manos, aproximadamente 40 libras. La lisa una mano cada 4 pescados, se compra a \$100 y se vende a \$700 por libra.

C- O sea ¿este proceso tiene más trabajo pero deja ganancia?

E (2) – si se pesa por libra y se empaca en bolsa si deja bastante ganancia a la pulpa de lisa seca.

C- ¿Cuánto le puede dejar de ganancia más o menos lo estándar?

E (2) – Dependiendo de lo que se compre, mira tú compras una contada y por cada 20 lisa le saca aproximadamente una libra, una contada son 100, son 100 manos que viene siendo 400 pescados; a eso le sacan el doble quiere decir que si ella compra \$80.000 mil en pescado le está sacando ciento y pico, le están sacando aproximadamente entre \$200.000 mil pesos, quedaría como \$120.000 sacando lo que se invertido.

10- ¿De qué manera se coordinan los trabajos de las diferentes áreas?

E (2) – Los pescadores nos vender el pescado, nosotros lo relajamos se le sacan las vísceras (no todos saben relajar), se saca el que se pone a secar y aparte el de la casa. Le echan la sal, a los pescados se llevan a vender en otros lados se le echa más sal, (el pescado puede durar salado hasta 30 días) cuidando que no se dañe, no dejando que se le paren las moscas y la humedad influye mucho. Cuando ya está todo preparado y empacado los vendedores al día siguiente se lo llevan a vender desde la madrugada.

11- ¿Cuáles son las principales dificultades al trabajar entre áreas? Por ejemplo de pescadores a vendedores.

E (2) – El tiempo, el clima, el sol, ya cada quien tiene su función y sabe lo que tienen que hacer. Pero lo que más nos afecta es que los pescadores no traigan casi pescado entonces a nosotros nos tocaría conseguir pescado con otros pescadores o que no se consiga pescado.

12- ¿Anota información detallada de los procesos que le sirvan para calcular los costos del pescado?

E (2) – Si, la Sra. Rosa anota lo que compra, lo que se gasta, lo que paga y lo que se vende. Ella es la que anota toda la información nosotros no, nosotros solo preparamos el pescado para que se lo lleven a vender.

13- ¿Usted se siente satisfecho con la información que se utiliza para determinar el costo del pescado? ¿Por Qué?

E (2) – Si, además ayuda la experiencia, ya que esto es un proceso empírico y también depende de a como estén en el mercado y la época del año influye mucho al momento de vender.

14- ¿Con qué tiene mayor dificultad para saber a cuánto tiene que vender?

E (2) – La mayor dificultad de nosotros son las moscas porque si ella se paran sobre el pescado dañan el pescado, y también salar bien el pescado y cuando no se vende el pescado se le echa más sal y también se le echa sal al hielo así el pescado puede durar hasta 30 días si está bien salado y enhielado y bien guardado.

15- ¿Qué es lo que usted cree que mejor le ayuda a saber a cuánto vender?

E (2) – La experiencia, en Octubre, Noviembre y Diciembre es la temporada de Lisa, la cual da más ganancia, si la compro a \$500 y la puedo vender a \$1.000 dependiendo del tamaño y del cliente.

16- ¿Con la información que tiene puede predecir cambios que le afecten su venta?

¿Cómo?

E (2) – Los días buenos son los viernes y las épocas de quincenas eso es rapidito eso vuela rapidito, cuando hay movimiento de dinero y en Semana Santa. En diciembre hay buen venta con la cuestión de la Lisa porque todo sube; los días malos son los Lunes por que es el primer día de la semana y es el más malo de todos, día bueno son los Sábado para Domingo, fin de

semana son los días buenos buenos entre martes y jueves también son buenos. Mi mamá cogía los lunes para descansar, ella es vendedora de pescado, y mi papa coge los Domingo de descanso, él es pescador, entonces el descansa los domingo y ella no viaja por que ya descanso el domingo y ella descansa los lunes y no viaja por que no compro pescado.

C- Siempre se vende lo que se pesca el día anterior, su papa entonces si trabaja el lunes por que para el lunes tiene que producir o pescar para el martes vender.

E (2) – Si Exactamente, ella le compra el sábado el domingo ya no le compra a nadie pero sin embargo ella viaja el domingo.

17- ¿Cómo le ayuda la Cooperativa con información disponible y útil para su análisis que le sirva para saber a cómo vender?

E (2) – La Cooperativa esta desorganizada, no está llevando ninguna información ni mucho menos analizando nada para saber a cómo vender, toca organizar primero la Cooperativa para que después ayudarnos a organizar toda la información que se necesite.

18- ¿Para determinar los precios de ventas de los pescados usted se apoya con una calculadora, computador u otro? ¿Cómo lo hace?

E (2) – No, todo a mano, mi mama tiene todo a mano, tu no le pones calculadora y ella enseguida todo lo saca tanto por tanto, ella es con la mente tanto por tanto da tanto y la experiencia.

19- ¿Cómo planifica sus actividades para que al final le salga más barato pescar y vender?

E (2) – No se planifica nada, cada quien ya sabe lo que tiene que hacer cuando llegue el pescado, lo que le sacan las vísceras, lo escaman los salan y lo empacan en las cavas para llevárselo a vender.

20- ¿Al final revisa y tiene en cuenta posibilidades de mejora para la próxima vez?

E (2) – Si, se va con Dios para que al otro día le vaya a uno mejor, pero no se revisa más nada.

21- Al analizar la información ¿Qué le causa mayor trabajo?

E (2) – No, se tiene en cuenta es el clima y la temporada, como te dije anteriormente no se analiza más nada.

22- ¿La cooperativa, los vendedores o pescadores han debido cambiar la forma de trabajar para poder saber a cuánto vender?

E (2) – Si, mas organización, como te dije al principio empezaron bien se organizaron cuando vinieron los de la universidad de barranquilla pero desde que ellos se fueron casi no se siguió por falta de organización de los líderes.

23- ¿Cómo se siente cuándo le toca hacer algo diferente para saber mejor a cómo vender?

E (2) – ¿Cómo se siente diferente?

C (Explicación) – Si ¿cómo se siente cuando le toca hacer algo diferente, lo que le quiere preguntar es como está usted abierto a los cambios?

E (2) – Bien, ellos tuvieron unos cambios porque antecito estaban todos revueltos vendiendo y ahora como el mercado lo independizaron cada quien con su local diferente los locales pequeños ahora tiene que salir a buscar el personal para que le llegue al punto de venta ya los clientes pues ya saben dónde están y llega.

C- No le comprendí, ¿antes todos vendían revueltos como así?

E (2) – El punto de sitio, antecedente el mercado estaba así abierto.

C- Cuando usted dice el mercado, ¿es como una plaza?

E (2) – Si la plaza es como un mercado publico ellos cada quien tenían su mesa así (expresión con las manos lado a lado) la gente pasaba por el medio y miraba el pescado tanto como el de allá como el de acá, entonces ella nada más estaban paradas de tras de la mesa ofreciendo el pescado, ahora no, el mercado ahora le puso locales a cada quien y lo independizo es decir están como forma de un cuarto mínimo pequeño, ahora ellas tienen que salir afuera llamar al cliente para que vea el pescado.

C- ¿Ose ya no está a la vista del cliente?

E (2) – Ya no están a la vista a la intemperie como estaba antes.

C- Eso quien lo hizo, ¿eso lo hicieron para protegerlo del clima del sol?

E (2) – La gobernación de Ciénega, si lo hicieron para protegerlo del clima del sol de la lluvia y demás.

24- ¿Cuénteme en términos generales, desde que se levanta a pescar hasta que venden, cómo van determinando a cuánto le sale vender el pescado

E (2) – No, como te dije se saca al final, teniendo en cuenta lo que se invirtió y lo que vendió y que quedo de ganancia.

25- ¿Cómo sabe usted que el vendedor no vende por debajo del precio establecido?

E (2) – Por que el precio es más o menor estándar, teniendo en cuenta lo que se invierte y se gasta, casi todos los pescadores venden al mismo precio no se puede vender por debajo del precio normal porque no daría ganancia para pagar todo y que te quede algo del día.

26- ¿Cómo determina el costo del hielo y el transporte? por ejemplo

E (2) – Dependiendo de la cantidad de pescado, se le echa 3 capas de hielo a cada cava, como te dije una capa de hielo una capa de pescado, el hielo se lleva como \$3.000 de hielo, en transporte \$2.000 por cada vendedor hasta Ciénega cada uno, si se va a ir a vender a Ciénega y por la cava \$1.000 se le paga al man del bus. A una cava de 40 Litros le caben una contada y media (40 libras), se lleva 14 libras de sal, cuesta \$5.600 la sal Cuando el pescado está fresco se le echa sal al hielo para conservarlo se le echa promedio 1 Libra de más al hielo.

Universidad de la Costa CUC

Pregrado Contaduría Pública

Describir las características de la contabilidad de costos (2017) de la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo (Magdalena)

Las siguientes preguntas semiestructuradas se formularon en la entrevista a una persona que realiza una actividad en la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo (Magdalena), durante una de las inmersiones que se realizaron en la Cooperativa:

Santiago Ortiz E 3³

Vendedor Pescador

1- ¿Dígame como llega el pescado al lugar donde lo vende?

C (Explicación) Es decir que proceso realiza usted para que el pescado llegue a donde lo venden.

E (3) –Salimos de Pueblo viejo, llegamos a Ciénaga si se vende, bien sino pasamos a Santa Marta y si no se vende todo, se va a Bonda y allí debemos venderlo todo. Si no se vende todo, nos traemos el pescado y aquí lo salamos otra vez, el pescado puede durar 30 días.

2- ¿Cómo puede usted saber a cuanto le sale cada pescado en el lugar donde lo vende?

E (3) – Porque según como yo lo compro, supongamos que la mano me sale mi a \$10.000 entonces supongamos que yo la puedo vender a \$12.000 a \$13.000 a 14.000 o sea según el cliente, dependiendo del marrano (dice entre risas).

³ Nombres cambiados para proteger los datos personales y la identidad de los participantes

C- Es decir, si es turista, si es residente del lugar...

E (3) –Si exacto, si porque hay gente que mira el pescado y dice “esto vale tanto” entonces te piden rebaja, y bueno está bien uno le hace la rebaja, pero uno procura que a uno le vaya quedando la ganancia, así sea los \$2000 porque uno tiene que incluir todo, los pasajes, los hielos, la caminata porque eso es caminado, el trabajo, vendiendo y toda esa vaina.

3- ¿Cómo sabe usted el costo del pescado si tiene varias clases y tamaños?

E (3) –Bueno es que hay pescados supongamos que es el Pardo que es el pescado más caro, la Cojinova, la Sierra también es un pescado caro, ya esos son los pescados finos que son caros. Hay unos pescados que son más o menos cómodos, ahora esta uno que es el Jurel, Coroncoron esos son los más baratos.

4- ¿Sabe usted a como le tiene que salir la venta de cada día para que al final, le saque ganancia?

E (3) –Si, hay días que esta la vaina un poco dura, como también hay días en que me va muy bien, dependiendo del día del mes, cuando es quincena se vende más. Más o menos \$100,000 diario de ganancia, pero cuando no es así también dejo fiado, me compran unos con la plata y otros dejo fiado y me pagan en la quincena.

5- ¿Cuál es el pescado al que le saca más ganancia?

E (3) –Bueno, al que yo le saco más ganancia el Pardo, la Sierra, la Picúa, la Carita, la Carita es casi igual a la Sierra, pescado grande es al que se le saca más ganancia, porque el pescado casi no, muy poco.

6- ¿Cómo saca la ganancia de la venta del pescado?

E (3) –Bueno yo saco digamos vamos a poner yo invierto \$200.000

C - ¿En que invierte usted esos \$200.000?

E (3) – Yo invierto \$200.000 en pescado entonces yo salgo a venderlos, yo saco mis \$200.000 barras de inversión, metiendo hielo, la sal y todo. Ya de ahí pa' arriba lo que yo me haga \$100.000/ \$200.000 ya eso es ganancia.

Entre más le invierta más caso, y dependiendo de lo que me gaste y la época.

7- ¿Los otros Vendedores de pescado influyen en su venta?

E (3) –No, todos son por aparte claro que ahí donde yo vendo, ahí varios vendedores pero todos son por aparte.

C (Explicación) Lo que le quiero decir es que si los otros vendedores influyen en el precio en que usted vende el pescado, si hace que lo suba que lo baje o ¿De qué otra manera influyen?

E (3) –Cada uno tiene su precio estable, si yo tengo mis precios a veces me dicen “no cuanto tienes en tanto pescado, bájale un poquito” entonces yo le bajo un poquito. Supongamos

entonces que la mano vale \$10.000 bueno te doy \$9.000 por la mano de pescado, bueno va jugando, ya uno va ganando ahí los \$1000, mil y pico de pesos.

8- ¿En cuántas partes se puede dividir todo el proceso completo de pescar y vender?

¿O en cuantas está dividido?

E (3) –Bueno, yo ahora mismo vendo en Santa Marta, Bonda, Laureles, Cartagena, hay otro punto que se llama Ojeda, otro que se llama Masinga.

C- Bueno, digamos que estos son los puntos donde lo vende pero, ¿Cómo es el proceso desde que usted se levanta y sale a vender el pescado? ¿Cómo lo planifica?

E (3) –Bueno desde que yo me levanto desde temprano yo cojo saco mi pescado y lo empaco, le echo la sal lo echo en la cava y salgo aquí, a la carretera tipo 3:00-4:00 de la mañana, voy llegando a Santa Marta tipo 5:00-6:00 de la mañana y salgo a vender tipo 7:00-7:30 de la mañana, a esa hora. Todo este pescado que se vende ya está preparado, listo del día anterior.

9- ¿Cómo planifican las actividades de cada grupo de personas con diferentes labores?

E (3) – Mi proceso inicia cuando yo recibo el pescado ya preparado en la cava, con hielo sal y sin vísceras, lo recibo de las preparadoras de pescado, en este caso es mi señora y su hermana.

10- ¿De qué manera se coordinan los trabajos de las diferentes áreas?

E (3) –No, son una sola nada más. Mi esposa me ayuda a componerlo, a prepararlo en la cava. Le compro el pescado al Señor Víctor y yo preparo mis pescados o Rosa mi mujer me ayuda y al día siguiente salgo a vender.

11- ¿Cuáles son las principales dificultades al trabajar entre áreas? Por ejemplo de pescadores a vendedores

E (3) –Bueno, ahí lo único es que nos coordinamos entre vendedores. A donde lo vamos a vender. Nuestra dificultad es el clima porque si llueve mucho no podemos vender y traemos todo el pescado para atrás, el señor Víctor me entrega al medio día el pescado que pesco si no me toca buscar a otra persona que me lo venda, seria esa la dificultad que el señor Víctor no me entregue la suficiente cantidad de pescado para salir a vender.

12- ¿Anota información detallada de los procesos que le sirvan para calcular los costos del pescado?

E (3) –Si, saco cuenta de cuanto me hago en la semana, en el mes, cuanto compro y gasto y lo que me queda; pero detallada de todo no porque ya yo sé que es lo que me gasto y más o menos cuanto me tiene que quedar en el día.

13- ¿Usted se siente satisfecho con la información que se utiliza para determinar el costo del pescado? ¿Por Qué?

E (3) –Si, con eso yo sé cuáles son mis ganancias y mis gastos haciendo esto todos los días en casi lo mismo.

14- ¿Con qué tiene mayor dificultad para saber a cuánto tiene que vender?

E (3) –Por el precio de los otros vendedores, no puedo vender muy por encima de ellos porque después no me compran a mí y me traigo todo el pescado para atrás, tengo que ser competitivo para poder vender.

15- ¿Qué es lo que usted cree que mejor le ayuda a saber a cuánto vender?

E (3) –A mi ayuda a vender la temporada, cuando la gente tiene plata por la quincena y las ventas de los demás, si los demás no salen a vender yo aprovecho y vendo todo lo mío, y es mejor porque puedo vender más caro porque soy el único que estaba vendiendo.

16- ¿Con la información que tiene puede predecir cambios que le afecten su venta?

¿Cómo?

E (3) –No, ya yo sé cuándo son las épocas buenas: Vacaciones, Semana Santa, Diciembre, cuando la gente tiene plata, cuando están en quincena entonces yo puedo predecir que en esas épocas voy a tener buenas ventas cuando no, no voy a tener casi ganancias.

17- ¿Cómo le ayuda la Cooperativa con información disponible y útil para su análisis que le sirva para saber a cómo vender?

E (3) –No, yo llevo mis propias cuentas, la cooperativa no nos está ayudando mucho porque esta desorganizada no se han organizado ellos para ayudarnos a nosotros.

18- ¿Para determinar los precios de ventas de los pescados usted se apoya con una calculadora, computador u otro? ¿Cómo lo hace?

E (3) –No, llevo las cuentas en mi cabeza, yo no utilizo nada eso si necesito saber algo yo vengo y lo anoto en mi libreta pero como todo se saca por día ya yo pago todo lo que tengo que pagar el resto me queda a mi libre, para mis gastos y lo que necesite.

19- ¿Cómo planifica sus actividades para que al final le salga más barato pescar y vender?

E (3) –No, no planifico nada ya yo sé que es lo que tengo que hacer todos los días ir a los pueblos a vender y no vender por debajo de los precios normales y sacar lo que invierto porque si no saco lo que invierto no me queda nada de ganancias.

20- ¿Al final revisa y tiene en cuenta posibilidades de mejora para la próxima vez?

E (3) –Si, si viajo un lado y no me va bien al otro día viajo a otro lado no en el mismo. Pero del resto no planifico nada porque todo es lo mismo, después que saque lo del día y me quede algo de ganancias ya el resto uno se acomoda.

21- Al analizar la información ¿Qué le causa mayor trabajo?

E (3) –No, como te dije no analizo nada.

22- ¿La cooperativa, los vendedores o pescadores han debido cambiar la forma de trabajar para poder saber a cuánto vender?

E (3) –No sé, porque como la cooperativa no está organizada como te dije no nos está ayudando mucho, cada quien vende a como le tiene que salir el pescado para tener más ganancia.

23- ¿Cómo se siente cuándo le toca hacer algo diferente para saber mejor a cómo vender?

E (3) –Bien, pero por lo general todo es lo mismo dependiendo la época como ya te lo he dicho.

24- ¿Cuénteme en términos generales, desde que se levanta a pescar hasta que venden, cómo van determinando a cuánto le sale vender el pescado

E (3) –No, se saca al final cuando se vende todo. Yo lo creo a un precio y tengo que venderlo un poco más elevado para que me vaya quedando lo que invertí en hielo, en sal y los transportes.

25- ¿Cómo sabe usted que el vendedor no vende por debajo del precio establecido?

E (3) – Precio establecido no hay. Cada quien vendo como quiere. Pero por lo general el precio es estándar, cada quien le pone su precio de acuerdo a la época del año: la temporada o si es quincena.

26- ¿Cómo determina el costo del hielo y el transporte? por ejemplo

E (3) – En hielo me gasto \$5,000 promedio, 3 cubetas de hielo por cada capa de hielo, son tres capas por una cava de 42 litros; En pasajes me podría gastar promedio \$14.000, \$2.000 hasta Ciénaga después cojo otro bus hasta Santa Marta \$3.000, Bonda \$2.000. Lo mismo de regreso. En Promedio de un día que me valla bien es:

\$200,000 Compro en Pescado a el Señor Víctor

\$14,000 en Pasajes

\$5,000 en hielo

\$161,000 de Ganancia.

Anexo 3

Matriz de operacionalización de la variable

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLE	REFERENCIA CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS PARA PESCADORES			
Describir las características de la contabilidad de costos (2017) de la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo (Magdalena) beneficiada en el proyecto de Organizaciones Solidarias de la Universidad de la Costa.	Conocer las necesidades de costeo de la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo.	Necesidades	Reveles (2004) establece los siguientes objetivos de la contabilidad de costos en microempresas	Conocer proceso general	Conocer el proceso	1 Dígame como llega el pescado al lugar donde lo vende?			
				Información oportuna	Calcular el costo del producto recién pescado	2 Como puede usted saber a cuanto le sale cada pescado en el lugar donde lo vende?			
				Determinación de costos unitario	Conocer el costo de cada pescado por unidad	3 Como sabe usted el costo del pescado si tiene varias clases y tamaños?			
				Determinar utilidades	Conocer utilidad	4 Sabe usted a como le tiene que salir la venta de cada día para que al final le saque ganancia?			
						5 Cual es el pescado al que le saca mas ganancia?			
						6 Como saca la ganancia de la venta del pescado?			
				Contribuir a la Planificación	Conocer la planificación del proceso	7 Los otros Vendedores de pescado influyen en su venta?			
						8 En cuantas partes se puede dividir todo el proceso completo de pescar y vender? O en cuantas está dividido?			
				Contribuir a la coordinación de diferentes áreas	Conocer la coordinación por área	9 Cómo planifican las actividades de cada grupo de personas con diferentes labores?			
						10 De qué manera se coordinan los trabajos de las diferentes áreas?			
	Detectar fortalezas y debilidades del proceso de costeo de la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo	Fortalezas	Reveles (2004), Proporcionar suficiente información en forma oportuna a la dirección de la microempresa, para una mejor toma de decisiones.	Calidad de la información	Información Oportuna	Satisfacción de la información	11 Cuáles son las principales dificultades al trabajar entre áreas? Por ejemplo de pescadores a vendedores		
							12 Anota informacion detallada de los procesos que le sirvan para calcular los costos del pescado?		
							13 Usted se siente satisfecho con la información que se utiliza para determinar el costo del pescado? Por Que?		
							14 Con qué tiene mayor dificultad para saber a cuánto tiene que vender?		
							15 Qué es lo que usted cree que mejor le ayuda a saber a cuánto vender?		
							16 Con la información que tiene puede predecir cambios que le afecten su venta? Cómo?		
							17 Cómo le ayuda la Cooperativa con información disponible y útil para su análisis que le sirva para saber a cómo vender?		
							18 Para determinar los precios de ventas de los pescados usted se apoya con una calculadora, computador u otro? Cómo lo hace?		
							19 Cómo planifica sus actividades para que al final le salga mas barato pescar y vender?		
							20 Al final revisa y tiene en cuenta posibilidades de mejora para la próxima vez?		
	Caracterizar los procesos de costeo de la Cooperativa de Vendedores de Pescado en Pueblo Viejo	Procesos de Costeo	González (2013), El plano de la teoría del costo, donde se ubica el cuerpo de principios básicos que precisamente, permite crear o definir técnicas de costeo que apunten a resolver los problemas de la realidad de la gestión empresarial.	Gestionar la estimacion de los costos	Determinar el Proceso de Costeo	Análisis de Información	21 Al analizar la información ¿Qué le causa mayor trabajo?		
							Determinar costos de ventas / Costos adicionales	Designar costos indirectos de fabricación	22 La cooperativa, los vendedores o pescadores han debido cambiar la forma de trabajar para poder saber a cuánto vender?
									23 Cómo se siente cuándo le toca hacer algo diferente para saber mejor a cómo vender?
	24 Cuénteme en términos generales, desde que se levanta a pescar hasta que venden, cómo van determinando a cuánto le sale vender el pescado								
	25 Cómo sabe usted que el vendedor no vende por debajo del precio establecido?								
	26 Cómo determina el costo del hielo y el transporte? por ejemplo								



UNIVERSIDAD
DE LA COSTA
1970

Cartas de validación por expertos

Revisión Trabajo de Grado

CARMEN ALICIA RIQUETT VIDES <cariquett@misena.edu.co>
para Gabriel, jotalora, aescobar2

7 may.

Buenos días estimado profesor,

Con la presente solicito de su colaboración con la revisión de la coherencia del trabajo contenida en la matriz de operacionalización de la variable adjunta, ya que por su experiencia, considero que es la persona idónea para pedirle el favor de contribuir y brindarme su apoyo a este trabajo de investigación.

Agradezco su atención y pronta respuesta,

Carmen Riquett
X Semestre Contaduría Pública
Universidad de la Costa CUC
Cel. 300 233 5803

El 5 de mayo de 2018, 16:20, Gabriel Jacob Velandia Pacheco <gabrielvelandiap@gmail.com> escribió:
Hola Carmen,
Perfecto

Se me olvidó pedirte que llenes la hoja adjunta con la información que está en el anteproyecto para que el evaluador tenga mejores criterios para evaluar.

Concreto, entre menos palabras, mejor. Por ejemplo: Enfoque epistemológico: cualitativo

Cuando la tengas lista se la envías a Jorge Otalora: jotalora@cuc.edu.co y a Adalberto Escobar: aescobar2@cuc.edu.co explicando formal y amablemente en el correo tu solicitud.

Ya les escribí por whatsapp a los dos para que sepan

Barranquilla, 07 de Mayo 2018

Señores Profesores
Jorge Otalora
Adalberto Escobar
Ciudad

Cordial saludo,

Por medio de la presente le informo que estoy realizando un trabajo de investigación para optar al título de Contador Público en la Universidad de la Costa CUC. Los datos del trabajo se relacionan en la tabla debajo de este texto. Me dirijo a usted, porque por su experiencia, considero que es la persona idónea para pedirle que por favor me ayude con la revisión de la coherencia del trabajo contenida en la matriz de operacionalización de la variable adjunta a este documento.

Título del trabajo	Contabilidad de costos de la cooperativa de vendedores de pescado en Pueblo Viejo (Magdalena).
Área de investigación	Acción.
Enfoque epistemológico	Cualitativo.
Alcance	Descriptivo.
Método	Inductivo.
Diseño	Tradición de investigación acción coordinada con la labor de Organizaciones Solidarias de la Universidad de la Costa que busca mejorar poblaciones en desventaja.
Fuente	Primarias.
Instrumento y/o técnica	Observación no participante, entrevista no estructurada, los instrumentos son cámaras fotográficas, grabadoras de video y audio, y la guía de entrevistas respectivamente.
Análisis de datos	Hojas de cálculo en Excel, técnicas de revisión documental, Perchas de Análisis y fichas de lectura y de organización de las categorías previas, emergentes y cerradas.

Quiero agradecerle enormemente su contribución a este trabajo y el apoyo en mi proceso de formación.

Cordialmente,

Carmen Riquett Vides
CC: 1.143.146.109 de Barranquilla

Revisión Trabajo de Gra... x Paréntesis: ¿Se empieza... x (95) Hojas horizontales y x

Es seguro | <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/1633bbf8784fd3cb>

Comunidad SENA

Correo - 2 de 4.712

REDACTAR

Recibidos (3.465)
Destacados
Importantes
Enviados

CARMEN ALIC +
Marcela Garcia!! Se ha enviado la invitación

De: CARMEN ALICIA RIQUETT VIDES <cariquett@misena.edu.co>
Enviado: lunes, 7 de mayo de 2018 19:31
Para: ESCOBAR CASTILLO ADALBERTO; Gabriel Velandia Profe.; OTALORA BELTRAN JORGE ENRIQUE
Asunto: Re: Revisión Trabajo de Grado

Plantilla de Oper...

ESCOBAR CASTILLO ADALBERTO aescobar2@cuc.edu.co a través de universidaddelacosta.onmicrosoft.com para mí, VELANDIA

Buenos días.
De antemano, quiero felicitarlos por el proceso que se ha desarrollado hasta el momento, pues denota la seriedad y sistematización que requiere el proceso de investigación científica; en ese orden de ideas, envío los comentarios pertinentes una vez efectuado el proceso de revisión, espero y sean de ayuda. Quedo atento a solicitudes adicionales y/o sugerencias.

Atentamente.
Adalberto Escobar Castillo.
Contador Público de la Universidad de la Costa CUC.
Docente Tiempo Completo de la Universidad de la Costa CUC.
Investigador Activo del Grupo GICADE.
Cel: 301-478-3827

ES 10:57 p.m. 30/07/2018

Revisión Trabajo de Gra... x Paréntesis: ¿Se empieza... x (95) Hojas horizontales y x

Es seguro | <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/1633bbf8784fd3cb>

Comunidad SENA

Correo - 2 de 4.712

REDACTAR

Recibidos (3.465)
Destacados
Importantes
Enviados

CARMEN ALIC +
Marcela Garcia!! Se ha enviado la invitación


2 archivos adjuntos

Carta a Revisore...
Plantilla de Oper...

OTALORA BELTRAN JORGE ENRIQUE jotalora@cuc.edu.co a través de universidaddelacosta.onmicrosoft.com para mí

Buenas tardes carmen te envié el excel con algunas sugerencias

Quedo atento



JORGE OTALORA BELTRAN
Docente Tiempo Completo
Coordinador de la Esp. En Gestión Tributaria

E-mail: jotalora@cuc.edu.co
Tel.: 321 8258675
web: www.cuc.edu.co

ES 10:56 p.m. 30/07/2018

Revisión Trabajo de Grado x

Es seguro https://mail.google.com/mail/u/0/#search/in%3Asent+GABRIEL/1633bbf8784fd3cb

Comunidad SENA

Correo - 1 de 26

REDACTAR

Recibidos (3.465)

Destacados

Importantes

Enviados

CARMEN ALIC +

Marcela Garcia! Se ha enviado la invitación

Plantilla de Oper...

VELANDIA PACHECO GABRIEL JACOB gvelandi1@cuc.edu.co a través de universidaddelacosta.onmicrosoft.com 16 may. ☆ ↶

para ESCOBAR, mi

En nombre de la estudiantes Carmen y propio, agradezco tus aportes a este proceso de formación y aprendizaje. Un abrazo,



GABRIEL VELANDIA PACHECO
 PROFESOR TIEMPO COMPLETO
 INVESTIGADOR ASOCIADO COLCIENCIAS

E-mail: gvelandi1@cuc.edu.co
 Tel.: 3017551914
 web: www.cuc.edu.co

De: ESCOBAR CASTILLO ADALBERTO
 Enviado: miércoles, 16 de mayo de 2018 10:18:09
 Para: CARMEN ALICIA RIQUETT VIDES
 Cc: VELANDIA PACHECO GABRIEL JACOB

ES 11:08 p.m. 30/07/2018