

TRABAJO DE GRADO

MODELO DE RAE

Título

Estrategia para determinar el precio de venta adecuado en la empresa PERKO S.A.S

Strategy to determine the appropriate sale price in the company PERKO S.A.S

Autor

ROMERO VACA Sandra Patricia

Publicación

Bogotá, Corporación Universitaria Minuto de Dios- UNIMINUTO U.V.D-, 2020. 51 páginas.

Unidad Patrocinante

Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO), Vicerrectoría Académica U.V.D.

Palabras Claves

Costo, precio, contabilidad, matriz, calidad.

Descripción

Esta práctica profesional pretende establecer los parámetros para realizar el proceso en la sistematización de costos para determinar el precio de venta en la empresa PERKO S.A.S, este informe se realizó a través de un proceso de investigación de metodología cualitativa que permitió el análisis y recolección de los datos utilizados como referente para la determinación de los objetivos, el problema y demás.

La determinación del precio de venta es fundamental dentro de las organizaciones ya que de ella depende en gran medida su rentabilidad y posicionamiento en el mercado más aun cuando la compañía es nueva partiendo de esta necesidad se logró el objetivo contribuyendo a establecer un procedimiento organizado para la determinación de los precios de venta tanto de bienes como de servicios.

Fuentes

Alcántara, M. B. L., & Agundiz, X. G. (2018). *Gestión de costos y precios*. Patria Educación.

Artículo 63 del Decreto 2649 de 1993. De Colombia, C. P. (1991). Constitución política de Colombia. *Bogotá, Colombia: Leyer*.

Belio, J., & Sainz, A. (2007). Claves para gestionar precio, producto y marca. Cómo afrontar una guerra de Precios. Madrid, ES. Especial Directivos.

Cuevas, F. (2004). Control de costos y gastos en los restaurantes. Editorial Limusa.

Cuevas, F. (2010). Contabilidad de costos. (3a. Ed.) Pearson Educación. Página 37. Tomado de <http://ebooks7-24.ezproxy.uniminuto.edu:8000>

Castrilló, G, Zapata, J. (2016). Qué debemos saber de INVENTARIOS- Sección 13 NIIF para PYMES

Cuervo, A., Bautista, M., & Tibaduiza, O. (2017). Manual de Ejercicios. Aplicación de las normas APA. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Gutiérrez-Castañeda, B. E., & Duque-Roldán, M. I. (2014). Costos indirectos de fabricación: Propuesta para su tratamiento ante los cambios normativos que enfrenta Colombia.

Ley N° 223. El congreso de Colombia, Bogotá, Colombia, 22 de diciembre de 1995.

Liceras, A. N. (2009). Valoración de empresas: en busca del precio justo. *Contabilidad y negocios*, 4(7), 23-30.

Logo Uniminuto. (Obt) (s.f.). Obtenido de Obtenido de https://www.google.com.co/search?q=logo+uniminuto&tbm=isch&tbs=ring:CT2Yflbt04ADIjihRxspdCK66OrDS8mUcnB7tMEs_1kCx2xGMH8v_1fJUDmsZ3hORu2Colu1InVnogYyxDrzIBqvRamyoSCaFHGyl0IrroESjlwUwPzehBKhIJ6sNlyZRycHsRbX5j4E-eM1QqEgm0wSz-QLHbERG19I6TdIF8VCoSC.

Ramírez, M, (2010) Fundamentos y técnicas de costos.

Resolución N° 3878. El director de Impuestos y Aduanas Nacionales, Bogotá, Colombia, 28 de junio de 1996.

Sarmiento, R. (2010). Contabilidad de costos. Editorial Andinos.

Pérez, D., & Pérez, I. (2006). El precio: tipos y estrategias de fijación. España.
Pérez, I.(2006). El producto: concepto y desarrollo. España.

Pita Fernández, S., & Pértegas Díaz, S. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Cad Aten Primaria*, 9, 76-8.

Rincón, C. (2011). Costos para pyme. Ecoe Ediciones.

Rincón, C. A., & Fernando, V. V. (2017). *Costos: decisiones empresariales*. Ecoe Ediciones.

Sampieri, R., & Collado, C. (2014). Metodología de la Investigación (6ta Edición ed.). DF México: Mc Graw Hill.

Vázquez, R. M. (2015). Costos de comercialización. IMCP. Valencia, G, S. (2006) Contabilidad de costos Ecoe Ediciones

Contenidos

Este informe quedo elaborado por capítulos:

Capítulo 1. Marco metodológico: Donde se realiza un análisis del entorno en el cual se desarrolló la práctica y a su vez de las necesidades de la organización y de acuerdo con este análisis se determina el planteamiento del problema sobre la necesidad de implementación de una matriz de costos.

Capítulo 2. Descripción general del contexto de práctica profesional en donde trabaja el estudiante En este capítulo se realiza un análisis detallado de la compañía a nivel interno y se determina el plan de trabajo con las funciones a realizar durante el proceso de práctica profesional

Capítulo 3. Resultados de la práctica profesional: A lo largo de este capítulo se desarrolla la práctica profesional de acuerdo con el cronograma de actividades establecido con las funciones a realizar durante las 16 semanas.

Capítulo 4. Evaluación general de la práctica: Dentro de este capítulo se realiza una evolución del cumplimiento de los objetivos y funciones planteados, que son medido a través de indicadores. Se muestra detalladamente los beneficio que dejo la práctica dentro de vínculo laboral y a su vez se realizan el análisis del cumplimiento de cada uno de los objetivos planeados y a sus vez se realizan recomendaciones para la compañía donde se desarrolló la práctica y para la universidad minuto de Dios.

Metodología

Este proyecto se realizó partiendo de una metodología cualitativa por observación que de acuerdo a (Sampieri R. &, 2014) consiste en un proceso de recolección y análisis de datos; que permite el planteamiento del problema, esta investigación da profundidad a los datos y enriquece la interpretación de los mismos de tal manera que a través de la observación se pueden dar las respuestas a los interrogantes planteados y a el desarrollo de los objetivos propuestos.

Conclusiones

Con la práctica realizada en la empresa PERKO S.A.S, en el área contable Se logró evidenciar que los procesos de costos no estaban acordes al crecimiento que la compañía ha experimentado en los últimos años, presentando serios problemas en proceso de compra y venta, afectando los inventarios y costes.

Se evidencio a lo largo de la práctica que en los precios de venta no se determinaban de manera adecuada y se dio solución al problema a través de una matriz que permitió la recopilación de todos los elementos que se deben tener en cuenta para la fijación del precio de venta adecuado, generando un proceso a través de que garantiza que este flagelo no afecte el patrimonio de PERKO S.A.S.

Se analizó la problemática durante semanas del trabajo de práctica y se pudo identificar que era necesario el proceso de la implementación de la matriz de costos para determinar el precio de venta de productos y servicios en la empresa.