



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

TESIS DE GRADO

Análisis de los márgenes de ganancia en la producción de un lote de camisas serigrafiadas y su efecto en la rentabilidad final de la empresa Sublime, durante el período 2024, en el departamento De Estelí.

Castillo, A; González, M; Pavón, E.

Asesor/Tutor

MSc. Jurdins Alberto Flores Dávila

CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DE ESTELÍ

¡Universidad del Pueblo y para el Pueblo!



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

**Centro Universitario Regional de Estelí
CUR-Estelí**

Recinto Universitario “Leonel Rugama Rugama”

Departamento Ciencias Económicas y Administrativas

**Análisis de los márgenes de ganancia en la producción de un lote de
camisas serigrafiadas y su efecto en la rentabilidad final de la empresa
Sublime, durante el período 2024, en el departamento de Estelí**

Tesis para optar al grado de

Licenciado en la Carrera de Banca y Finanzas

Autores:

Amanda Junieth Castillo Contreras

Mariosca Sarahi González Flores

Eveling Yassuara Pavón Cárdenas

Asesor/Tutor

MSc. Jurdins Alberto Flores Dávila

Diciembre, 2025



Dedicatoria

A Dios, por ser nuestra guía constante, por darnos la fortaleza en cada momento difícil y la claridad necesaria para continuar cuando el camino parecía incierto. Su presencia ha sido nuestro sostén y nuestra mayor fuente de esperanza.

A nuestros padres y hermanos, quienes, con su amor incondicional, sus palabras de ánimo y su ejemplo diario nos enseñaron a perseverar. Gracias por creer en nosotras aún cuando dudábamos, por su sacrificio y por acompañarnos en cada paso de este proceso.

A nuestros profesores, por compartir su conocimiento con dedicación y por impulsar nuestro crecimiento académico y personal. Y de manera especial, a nuestro tutor, por su orientación, paciencia y apoyo durante la elaboración de esta tesis; su guía fue fundamental para llegar a este logro.

A todas las personas que de una u otra forma aportaron a este camino, gracias por ser parte de esta etapa tan importante de nuestras vidas.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DE ESTELÍ
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS

"2025: Eficiencia y Calidad para seguir en Victorias"

CONSTANCIA

Por este medio estoy manifestando que la investigación: **Análisis de los márgenes de ganancia en la producción de un lote de camisas serigrafiadas y su efecto en la rentabilidad final de la empresa Sublime, durante el período 2024, en el departamento de Estelí**, cumple con los requisitos académicos de la clase de Seminario de Graduación, para optar al título de **Licenciatura en Banca y Finanzas**.

Las autoras de este trabajo son las estudiantes: **Amanda Junieth Castillo Contreras, Eveling Yassuara Pavón Cárdenas y Mariosca Sarahi Gonzalez Flores**; y fue realizado en el II Semestre 2025, en el marco de la asignatura de Seminario de Graduación, cumpliendo con los objetivos generales y específicos establecidos, que consta en el artículo 9 de la normativa, y que contempla un total de 60 horas permanentes y 240 horas de trabajo independiente.

Considero que este estudio será de mucha utilidad para la institución, la comunidad estudiantil y las personas interesadas en esta temática

Se extiende la presente, para fines académicos a los dieciséis días del mes de diciembre del año veinte veinticinco.

Atentamente,



Tutor
MSc. Jurdins Alberto Flores Dávila
ORCID N°: 0009-0007-4579-0164
CUR-Estelí, UNAN-Managua

Cc/Archivo

Resumen

La presente investigación se realizó en la empresa Sublime, ubicada en el municipio de Estelí, con el propósito de analizar los márgenes de ganancia obtenidos en la producción de un lote de camisas serigrafiadas y su incidencia en la rentabilidad final durante el período 2024. El objetivo general fue analizar los márgenes de ganancia en la producción de un lote de camisas serigrafiadas y su efecto en la rentabilidad de la empresa, mientras que los objetivos específicos se enfocaron en evaluar los ingresos y egresos representativos, calcular el margen de ganancia y proponer acciones para mejorar el control financiero. La metodología empleada fue de enfoque cualitativo y de tipo descriptivo, aplicando entrevistas semiestructuradas al propietario y revisión documental de los registros disponibles, complementadas con un estudio de mercado sobre costos de producción. Entre los principales resultados se identificó que Sublime aplica un margen de ganancia promedio del 20%, aunque en la práctica este se reduce al 17% debido a la falta de control sobre los costos reales de producción. Los gastos más representativos corresponden a la materia prima, insumos y mano de obra. Asimismo, se comprobó que la ausencia de un sistema contable dificulta la toma de decisiones y el cálculo exacto de la rentabilidad. Se concluye que la implementación de registros contables formales, presupuestos, negociación con proveedores y un sistema automatizado de control financiero contribuirán significativamente a mejorar la eficiencia, reducir costos y aumentar la rentabilidad de la empresa.

Palabras clave: Márgenes de ganancia, Rentabilidad, Control financiero, Costos de producción, Serigrafía.

Abstract

This research was conducted at the company Sublime, located in the municipality of Estelí, with the purpose of analyzing the profit margins obtained in the production of a batch of screen-printed shirts and their impact on overall profitability during the year 2024. The study arose from the absence of formal accounting records within the company, which has limited the accurate understanding of its profits and the financial control of its operations. The general objective was to analyze the profit margins in the production of a batch of screen-printed shirts and their effect on the company's profitability, while the specific objectives focused on evaluating representative revenues and expenses, calculating the profit margin, and proposing actions to improve financial control. The methodology used had a qualitative and descriptive approach, applying semi-structured interviews with the owner and a documentary review of the available records, complemented by market research on production costs. The main results show that Sublime applies an average profit margin of 20%; however, in practice this margin is reduced to 17% due to the lack of control over the actual production costs. The most representative expenses correspond to raw materials, supplies, and labor. Furthermore, it was confirmed that the absence of an accounting system makes decision-making and the accurate calculation of profitability more difficult. It is concluded that the implementation of formal accounting records, budgeting, negotiation with suppliers, and an automated financial control system will significantly contribute to improving efficiency, reducing costs, and increasing the company's profitability.

Keywords: Profit margins, Profitability, Financial control, Production costs, Screen printing.

Índice

1. INTRODUCCIÓN	1
2. ANTECEDENTES	2
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
3.1. <i>Caracterización general del problema</i>	3
3.2. <i>Preguntas de investigación</i>	4
4. JUSTIFICACIÓN	5
5. OBJETIVOS	6
5.1. OBJETIVO GENERAL	6
5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
6. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	7
6.1 DEFINICIÓN DE EMPRESA	7
6.1.1 <i>Características de la empresa</i>	7
6.1.2 <i>Estructura organizativa de una empresa</i>	7
6.1.3 <i>Tipos de empresas</i>	8
6.1.4 <i>Finalidad de las empresas</i>	9
6.1.5 <i>Elementos de la empresa</i>	10
6.2 DEFINICIÓN DE SUBLIMACIÓN	10
6.2.1 <i>Características de la sublimación</i>	10
6.2.2 <i>Tipos de Sublimación</i>	11
6.2.3 <i>Proceso de la Sublimación</i>	11
6.3 INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD.....	12
6.3.1 <i>Definición de contabilidad.....</i>	12
6.3.2 <i>Origen de la contabilidad.....</i>	12
6.3.3 <i>Importancia de la contabilidad.....</i>	13
6.3.4 <i>Principios contables.....</i>	13
6.3.5 <i>Elementos de la contabilidad.....</i>	14
6.4 ESTADOS FINANCIEROS	14
6.4.1 <i>Balance general</i>	14
6.4.2 <i>Estados de resultados</i>	14
6.4.3 <i>Flujo de efectivo.....</i>	15
6.5 PRECIO	15
6.5.1 <i>Definición de precio</i>	15
6.5.2 <i>Tipos de precios.....</i>	15
6.5.3 <i>Factores que influyen en el precio.....</i>	16
6.6 RENTABILIDAD.....	16
6.6.1 <i>Concepto de rentabilidad</i>	16
6.6.2 <i>LA RENTABILIDAD FINANCIERA COMO HERRAMIENTA PARA LA TOMA DE DECISIONES</i>	16
6.7 MARGEN DE GANANCIA.....	17
6.7.1 <i>CONCEPTO DE MARGEN DE GANANCIA</i>	17
6.7.2 <i>VENTAJAS DE CALCULAR EL MARGEN DE GANANCIA EN UN NEGOCIO</i>	17
7. SUPUESTO DE INVESTIGACIÓN	18
7.1. SUPUESTO	18

8. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES Y/O MATRIZ DE CATEGORÍAS.....	19
9. DISEÑO METODOLÓGICO	20
9.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	20
9.2. TIPO DE ESTUDIO.....	20
9.3. ÁREA DE ESTUDIO.....	20
9.4. POBLACIÓN Y MUESTRA /UNIDAD DE ANÁLISIS.....	21
• <i>Universo o Población</i>	21
• <i>Muestra</i>	21
• <i>Unidad de análisis</i>	21
• <i>Criterios de selección de la muestra</i>	21
9.5. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOPIACIÓN DE DATOS	21
9.6. ETAPAS DE INVESTIGACIÓN	23
9.6.1 <i>Investigación documental</i>	23
10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	23
10. CONCLUSIONES.....	37
11. RECOMENDACIONES	38
13. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39
BIBLIOGRAFÍA	39
14. ANEXOS	44

Índice de tablas

Tabla 1: Resultado 1.....	25
Tabla 2: Resultado 1.....	26
Tabla 3: Resultado 1.....	27
Tabla 4: Resultado 2.....	29
Tabla 5: Resultado 2.....	31
Tabla 6: Resultado 2.....	31
Tabla 7: Resultado 2.....	32
Tabla 8: Resultado 2.....	32
Tabla 9: Resultado 2.....	33

Índice de Imágenes

Ilustración 1: Grafico Ventas Temporadas.....	23
Ilustración 2: Grafico de Gastos de Fabricación	24
Ilustración 3: Ventas Estimadas.....	29
Ilustración 4: Presupuesto de compras.....	34
Ilustración 5: Control ingresos y egresos	35
Ilustración 6: Registro de gastos	36

1. Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo principal analizar los márgenes de ganancia en la producción de un lote de camisas serigrafiadas y su efecto en la rentabilidad final de la empresa Sublime, durante el período 2024 en el departamento de Estelí. Así mismo demuestra las posibles causas por la que este puede verse afectado y como pueden implementarse estrategias o métodos para mejorar.

El termino rentabilidad da espacio a un sinnúmero de ideas o situaciones que están presentes dentro del flujo diario de un negocio, donde el resultado bueno o malo, crea la oportunidad de tomar decisiones financieras acertadas que impacten significativamente el negocio y que lo coloquen mejor en un mercado donde existe alta demanda.

Los instrumentos utilizados fueron la entrevista, revisión documental y la observación, para poder recopilar información relevante del negocio que guiaron el proceso de la presente tesis, se tomó una muestra mínima pero significativa al que se le aplico un análisis que pueda servir como indicativo.

2. Antecedentes

Vaca Herrera (2018), analizó la empresa “COPRIN” ubicada en la ciudad de Ambato, Ecuador, se dedica a la producción de camisetas y bividis dentro del mercado Ambateño. Se realizó con la finalidad de evaluar si dicha producción proporcionaba una rentabilidad satisfactoria para el propietario, a través de un análisis sistemático y adecuado de los elementos del costo de producción.

Erquínigo Becerra (2015), en la microempresa textil “Grupo CORSA E.I.R.L”, Arequipa, Perú, investigó como la falta de un sistema de costos formal impide conocer la rentabilidad real. Por ello se analizó los costos y su relación con la rentabilidad de la microempresa.

Martínez Alonso et al. (2024), propusieron un modelo de análisis financiero para la microempresa “Silvareña”, en Nicaragua, con el objetivo de impulsar la rentabilidad de la pequeña y mediana empresa. Asimismo, se implementó un modelo financiero propuesto herramienta en Microsoft Excel.

Glenn Wyman et al. (2020), realizaron un análisis financiero en la rentabilidad y sostenibilidad de la MIPYME “Ebanistería Hernández”, en Estelí. Examinó cómo los procesos de serigrafía, entre otras operaciones se ven afectados por la ausencia de registros financieros precisos, lo que repercute directamente en la rentabilidad.

3. Planteamiento del problema

3.1. Caracterización general del problema

En un negocio de serigrafía, la oferta y la demanda son factores clave para su éxito. La oferta depende de la capacidad de producción, calidad y personalización de los productos, mientras que la demanda está influenciada por el comportamiento del mercado y las necesidades del consumidor. Mantener el equilibrio de una oferta atractiva frente a una demanda constante es fundamental para asegurar la rentabilidad y el crecimiento de la empresa, así como para diferenciarse en un mercado competitivo.

Empresa Sublime, situada en el municipio de Estelí, presenta como giro principal ofrecer servicios de impresión personalizada en serigrafía, adaptándose a las necesidades de sus clientes y aprovechando las diversas posibilidades que ofrece esta técnica de impresión. Sin embargo, durante el tiempo que llevan trabajando no han implementado una contabilidad formal, todos sus registros han sido elaborados manualmente y bajo la aplicación de métodos empíricos, esto ha limitado a la empresa conocer sus utilidades reales y el margen de ganancia que obtienen en cada producción principalmente en un lote de camisas ya que este representa la mayor guía de sus ingresos pero de acuerdo la aplicación de procedimientos basados desde su propia experiencia no se puede determinar con mayor claridad cual es el resultado final que está obteniendo la empresa

Partiendo de la problemática identificada en la empresa, se ha decidido realizar dicha investigación basada en el análisis del margen de ganancia a fin de conocer el porcentaje real de rentabilidad de la empresa, para mitigar limitaciones que pueden afectar negativamente su operación y toma de decisiones. Para ello se les brindará información sobre métodos y registros contables que sirvan para conocer el flujo real de la empresa para una gestión financiera sólida.

3.2. Preguntas de investigación

- *Pregunta general.*

¿Como calculan el precio de venta dentro de la empresa para garantizar que tienen un margen de ganancia optimo?

- *Preguntas Específicas.*

¿Qué método utilizan para estimar el margen de ganancia de una producción de un lote de serigrafía de camisas?

¿Qué factores determinan el margen de ganancia de la empresa?

¿Cuáles son los métodos o herramientas que la empresa emplea para el seguimiento de sus costos e ingresos asociados a la producción de camisas serigrafiadas?

4. Justificación

La aplicación de registros contables es un elemento importante en toda empresa porque permite conocer la realidad económica y financiera del negocio. La investigación surge debido a la ausencia de registros contables formales en la empresa Sublime, es decir no poseen registros sistemáticos ni cronológicos que permitan conocer su situación financiera dado que ellos trabajan bajo métodos empíricos.

El estudio se justifica al proponer un análisis del margen de ganancia con el fin de conocer el porcentaje real de rentabilidad de la empresa en la producción de un lote de camisas serigrafiadas, confirmando que el uso de métodos de cálculo de costos no estandarizados e informales resulta una determinación incorrecta de los márgenes de ganancia en la producción de lotes de camisas serigrafiadas.

El trabajo demuestra que, aunque la empresa aplica un margen teórico del 20%, la falta de control riguroso sobre los costos reales provoca que la utilidad efectiva se reduzca al 17%. Este diferencial, aunque parezca menor, es crítico para la salud financiera a largo plazo.

El trabajo brindará información sobre métodos y registros contables que permitan a la empresa conocer su flujo real y establecer una gestión financiera sólida. En síntesis, este estudio establece que la implementación de registros contables formales, presupuestos, negociación con proveedores y un control de ingresos y gastos contribuirán significativamente a mejorar la eficiencia, reducir costos y aumentar la rentabilidad de Sublime.

5. Objetivos

5.1. Objetivo General

Analizar los márgenes de ganancia en la producción de un lote de camisas serigrafiadas y su efecto en la rentabilidad final de la empresa Sublime, durante el período 2024 en el departamento de Estelí.

5.2. Objetivos Específicos

- Identificar y analizar las principales fuentes de ingreso y los egresos más significativos que inciden en la rentabilidad financiera de la empresa Sublime
- Determinar el margen de ganancia obtenido en la producción de un lote de camisas serigrafiadas mediante la comparación entre los costos de producción y los precios de venta.
- Proponer estrategias para mejorar el control y seguimiento de los costos e ingresos vinculados a la producción de camisas serigrafiadas, con el objetivo de optimizar el margen de ganancia y fortalecer la rentabilidad

6. Fundamentación teórica

6.1 Definición de empresa

Entidad que se dedica a elaborar o comercializar bienes o servicios que los consumidores demandan, tiene como objetivo adquirir provechos financieros al venderlos en el mercado, así mismo crear empleos, y de esta forma aportar en la calidad de vida de las personas. A tal efecto, es necesario que las empresas reúnan diferentes recursos, tales como; inversiones, mano de obra y suministros. Además, necesita ser gestionada de manera estratégica para lograr la optimización de la producción y distribución de los productos o servicios que ofrece. (Sánchez Galán, 2025)

6.1.1 Características de la empresa

- **Estructura social:** Se compone por un grupo de personas que se encuentran distribuidas en diferentes niveles jerárquicos y que están involucrados en la elaboración de bienes o servicios. (Editorial Etecé, 2025)
- **Rango de persona jurídica:** Actúa frente a las leyes como un individuo más, sin importar que sea una institución. (Editorial Etecé, 2025)
- **Posee un capital propio:** Se compone de cada uno de sus activos fijos, inventario y dinero tanto de deudores, como disponible. (Editorial Etecé, 2025)
- **Está sometida al riesgo:** La existencia y bienestar de la empresa está amenazada por las elecciones financieras de la misma. (Editorial Etecé, 2025)

6.1.2 Estructura organizativa de una empresa

Cada empresa tiene una estructura organizativa distinta, ya que las necesidades, recursos y objetivos son diferentes en cada una., está relacionada con el tipo de liderazgo que se ejerza dentro de cada organización. Es decir, se elabora un organigrama para organizar a los trabajadores, ayuda a dividir las responsabilidades para cada uno de ellos estableciendo los límites jerárquicos. (INTERIM GROUP, 2022)

La estructura de organización tiende a variar de acuerdo con el entorno social, económico, el desarrollo y crecimiento de la entidad. Lo importante es que todas las empresas tengan una estructura clara, accesible para todos y fácil de entender. (INTERIM GROUP, 2022)

Las estructuras organizativas más comunes en la actualidad son:

- **Estructura organizativa funcional:** Se define así cuando las empresas se estructuran en función de las diferentes organizaciones. Es decir, por departamentos. Con este tipo de estructura se facilita la especialización de los empleados. Así, como estos solo se dedicarán a un solo tema de la organización, tendrán más fácil descubrir en qué son buenos dentro de ese tema o departamento. Además, también permite tener una mayor comunicación dentro de los equipos, ayudando así a mejorar la convivencia. (INTERIM GROUP, 2022)
- **Estructura organizativa divisional:** Esta es la estructura que apuesta por organizarse por zonas geográficas, productos, o clientes. Cada división es la encargada de tomar sus propias decisiones, pero siempre bajo la autoridad de una central que se encarga de dar la estrategia general y de coordinar su implementación. Facilita la adaptación a las necesidades de la empresa, ya que cada sección puede concentrarse en su ámbito de trabajo, hacerlo más rápido y de manera efectiva. (INTERIM GROUP, 2022)
- **Estructura organizativa matricial:** Esta combina las dos estructuras anteriores. Aquí se combinan las ventajas de la estructura organizativa funcional y la estructura divisional, es decir, se estructuran las áreas o funciones de la empresa por proyectos. Su diseño permite mantener una comunicación abierta entre los empleados. Esta estructura nos proporciona flexibilidad y una toma de decisiones más equilibrada, ya que los equipos dependen de varios líderes. Además, gracias a esto, los proyectos de negocio comparten recursos y aumenta la comunicación entre ellos. (INTERIM GROUP, 2022)

6.1.3 Tipos de empresas

Su clasificación se basa en tres aspectos importantes: su tamaño, el sector económico al cual pertenece y la procedencia de su capital. (Editorial Etecé, 2025)

- **Según el sector económico:** Se pueden distinguir entre los tres sectores productivos, el primario, secundario y el terciario o también llamado el de servicios. (Editorial Etecé, 2025)
 - ✓ **Sector primario:** Estas empresas se dedican a extraer materia prima proveniente de la naturaleza.
 - ✓ **Sector secundario:** Son las que realizan el siguiente paso, dado que, transforman la materia prima en un producto elaborado que está listo para consumirse, puede también ser semielaborado, ya que otras empresas dedicadas al mismo sector las requieren. Aquí es donde se le añade valor a esta mercancía. (Editorial Etecé, 2025)

- ✓ **Empresas del sector terciario:** Estas son las encargadas de ofertar servicios a empresas pertenecientes a cualquiera de los sectores y al consumidor final, esa es la razón de su nombre, “sector de servicios”. (Editorial Etecé, 2025)
- **Según el origen del capital:** Depende de la administración del capital, el asumir deudas y la manera de repartir sus ganancias que se sabe que la empresa pertenece a uno de estos tres tipos: públicas, privadas o mixtas.
 - ✓ **Empresas públicas:** Todas aquellas que son propias del estado. Si el 51% de sus acciones son del estado, estas son públicas. Este controla las actividades y es quien decide en primer lugar constituir la empresa. (Editorial Etecé, 2025)
 - ✓ **Empresas privadas:** Están controladas por sujetos particulares, sus ganancias se dividen entre socios e inversores. Su propósito central es adquirir beneficios económicos por sus ventas y participación en el mercado. (Editorial Etecé, 2025)
 - ✓ **Empresas mixtas:** Estas son una mezcla entre empresas privadas y públicas, es decir que, entre sus accionistas se encuentra el estado, sin embargo, no controla la mayor parte de la empresa. (Editorial Etecé, 2025)
- **Empresas según su tamaño:** Conforme a la cantidad de personal que posean y los bienes administrados se distinguen entre: grandes empresas, Pymes y microempresas.
 - ✓ **Grandes empresas:** Manejan un gran capital, poseen capacidades tecnológicas y mano de obra valiosas. Llegan a tener diferentes sedes y presencia en diferentes países. (Editorial Etecé, 2025)
 - ✓ **Pymes:** Se encuentran pequeñas y medianas empresas, que se caracterizan por ser numerosas lo que significa que genera empleos para una gran mayoría de personas en la economía. Estas son de rango medio. (Editorial Etecé, 2025)
 - ✓ **Microempresas:** Estas pueden realizar cada una de sus actividades sin necesidad de numerosos trabajadores, ni un gran capital. Un ejemplo de ellas son las empresas familiares. (Editorial Etecé, 2025)

6.1.4 Finalidad de las empresas

Todas las empresas buscan la adquisición de riqueza y el desarrollo social. Por lo tanto, crean su misión y visión, siendo estas, quien los guía a alcanzar sus propósitos.

Basadas en lo económico: El giro de negocio de la empresa debe beneficiar no solo a la misma y a sus colaboradores, sino también, contribuir al progreso de la comunidad. (Editorial Etecé, 2025)

- **De forma externa:** Los bienes y servicios que ofrecen deben satisfacer la demanda de los consumidores.
- **De forma interna:** Obtener suficientes beneficios económicos para poder remunerar a sus colaboradores y apoyar su crecimiento profesional y personal.

Basadas en lo social: Tienen el compromiso social de aportar resultados positivos a la comunidad donde pertenece y participa activamente. (Editorial Etecé, 2025)

- **De manera externa:** Se trata de que la empresa contribuye al desarrollo de la sociedad al fomentar los valores personales.
- **De manera interna:** Basado en el desarrollo personal e individual de cada uno de los integrantes de la empresa, además en el ámbito profesional y académico.

6.1.5 Elementos de la empresa

Los elementos son aquellos por los que la empresa puede realizar sus actividades, se encuentra entre ellos: Talento Humano, componentes tangibles e intangibles y el entorno donde se encuentra.

- **Talento Humano**

Conformado por el propietario, quien aporta capital y es dueño de la empresa; los directivos, quienes gestionan cada actividad de la misma y los empleados, que aportan mano de obra y reciben un salario por ello. (López, 2020)

- **Componentes tangibles e intangibles:**

Elementos que permanecen en la empresa, como mobiliario, software y material de oficina.

- **Entorno empresarial:**

Incluyen entorno político-legal, económico, tecnológico y social. Además, sus proveedores clientes, la competencia actual y futura. (López, 2020)

6.2 Definición de Sublimación

La sublimación es el proceso donde se transfiere una imagen, esta necesita calor para realizar la transferencia de tinta a un objeto. No se transfiere directamente a la superficie del objeto, sino más bien debido al calor la tinta se convierte en gas y esta queda adherida al material. (Lopez, 2024)

6.2.1 Características de la sublimación

- ✓ A diferencia de otros métodos de impresión la sublimación no requiere que cada color se imprima

por separado, lo que hace que el proceso sea más rápido y eficiente

- ✓ Se puede realizar sobre una amplia variedad de materiales como textiles, cerámicas, plásticos, metales, entre otros
- ✓ Permite obtener imágenes de alta resolución y calidad fotográfica con colores vivos y vibrantes
- ✓ Resistente al desgaste, al rayado y a la decoloración, los colores no se desvanecen con el tiempo y se mantienen vivos durante mucho tiempo
- ✓ Además de su calidad de impresión, la sublimación directa también ofrece otras ventajas, como la posibilidad de imprimir en una amplia variedad de materiales y la capacidad de imprimir imágenes a todo color, sin restricciones de número de colores o degradados (Rafa, 2023)

6.2.2 Tipos de Sublimación

Existen varios tipos de impresión en sublimación que se pueden realizar, dependiendo del material y el diseño que se desee imprimir; es decir si el diseño se realiza sobre camisetas, gorras u otro tipo de ropa, se determina sublimación textil. En cambio, si la impresión se realiza en tazas, platos u otro artículo de cerámica se puede definir como impresión 3D; para ello definiremos los siguientes términos: (Rafa, 2023)

- **Sublimación por transfer:** Es un proceso en el cual se utiliza un papel especial para transferir la tinta a un sustrato, como una tela o una cerámica. Se imprime una imagen con tintas especiales en un papel de transferencia usando una impresora de sublimación. Luego, el papel se coloca en contacto con el sustrato y se aplica calor y presión. La tinta se convierte en gas debido al calor, penetra en las fibras de la tela y se solidifica nuevamente al enfriarse. Esto permite que la imagen impresa quede permanentemente incorporada en la prenda sin dejar una capa superficial. (Rafa, 2023)
- **Sublimación directa:** Se imprime directamente sobre el material, sin la necesidad de un papel de transferencia, sin embargo, es necesaria las tintas de sublimación compuestas por pigmentos de colores que se convierten en gas cuando se calientan, sin pasar por un estado líquido. (Rafa, 2023)

6.2.3 Proceso de la Sublimación

Generalmente el proceso de sublimar se divide en tres partes diferenciadas

- **Editar y tratar la imagen:** Primeramente, se elabora la impresión de la imagen y se adapta al tamaño que requiere el producto que se va a utilizar para sublimar. (Cromos, 2018)

- **La impresión:** Se utiliza la impresora, el cartucho y tintas específicas para realizar este trabajo y se procede a realizar dicha impresión, cuando se haya realizado se deja secar. Por último, se envía para poder reproducirlo sobre el papel transfer (Cromos, 2018)
- **Proceso de calor y presión:** Cuando el papel está listo, se requiere el material para sublimar: el producto, la impresión de la imagen, plancha para sublimar y cinta terno adhesiva si es necesario.

Se debe fijar el papel transfer impreso sobre el producto y luego colocarlos en la prensa térmica ajustando el tiempo, la temperatura y la presión. Cuando pase el tiempo establecido se aparta el producto de la prensa y se deja enfriar. (Cromos, 2018)

6.3 Introducción a la contabilidad

6.3.1 Definición de contabilidad

Forma parte de las finanzas y estudia las operaciones económicas y financieras de una entidad. Es un instrumento esencial para poder conocer la situación financiera de una empresa, y a través de esta información brinda las estrategias necesarias para aumentar su rendimiento. (Gil, Susana, 2025)

La contabilidad es el recurso que se utiliza para llevar una excelente gestión de los ingresos y egresos de la compañía. (Gil, Susana, 2025)

6.3.2 Origen de la contabilidad

Desde su origen ha sido parte fundamental para el desarrollo de la civilización en los seres humanos, como disciplina y práctica. (Webmaster, 2023)

Alrededor del año 4000 a.C. se remonta el origen de la contabilidad, en las antiguas civilizaciones de Mesopotamia. Los sumerios fueron los que desarrollaron uno de los primeros sistemas de escritura conocida como cuneiforme, que utilizaban para registrar transacciones comerciales. (Webmaster, 2023)

La contabilidad jugó un papel importante en la administración del imperio, dado que desde esos tiempos se llevaban registros específicos de los impuestos, almacenes e inventarios de graneros. (Webmaster, 2023)

Durante la edad media nacen los centros de conocimiento y administración económica; estos se encargaban de llevar registros detallados de las donaciones, tierras y recursos bajo su control. Posteriormente El renacimiento marcó la historia de contabilidad con la invención de Johannes Gutenberg en el siglo XV, en 1494, el matemático italiano Luca Pacioli publicó «Summa de Arithmetica, Geometria, Proportioni et Proportionalità», en este se incluye un tratado sobre la contabilidad por partida doble. Hasta la actualidad este sistema es la base de la contabilidad moderna permitiendo llevar registros precisos y confiables. (Webmaster, 2023)

En el siglo XX, continuó su evolución con la introducción de la tecnología, ya que, esto permitió automatizar muchos procesos contables, dando como resultado aún más confiabilidad y precisión. (Webmaster, 2023)

6.3.3 Importancia de la contabilidad

Permite una mejor toma de decisiones gracias a los estados financieros y demás informes que provee, permitiendo que los líderes ejerzan su criterio conociendo el estado real de la empresa. (Universidad Tecnológica del Perú, 2023)

Ayuda a que cada una de las transacciones sean registradas de manera precisa y detallada lo que genera transparencia. Asimismo, permite establecer precios, porque muestra los costos directos e indirectos asociados a la producción y distribución de bienes y servicios, esto es importante para determinar precios que cubran dichos costos y generen utilidades. (Universidad Tecnológica del Perú, 2023)

6.3.4 Principios contables

Son reglas adaptadas por las ciencias contables, que permiten realizar el registro, medición, clasificación y presentación de la información financiera, que proviene de un negocio y está dirigido a los usuarios interesados en el mismo. (Llaque Sánchez & Llave Angulo, 2023)

- **Principio de equidad:** Demanda al responsable de preparar la información financiera de manera imparcial, justa y equitativa. (Llaque Sánchez & Llave Angulo, 2023)
- **Principios generales:**
 - ✓ **Partida doble:** Asegura que por cada entrada hay una salida, manteniendo las cuentas en balance.
 - ✓ **Bienes económicos:** se registran todos los bienes y recursos que tienen valor y que la empresa puede usar o vender.
 - ✓ **Ente:** la empresa y sus dueños son conceptos diferentes y separados.

- ✓ **Moneda común:** consiste en elegir una moneda, ya sea córdobas o dólares y así sumar y comparar todo correctamente.
- ✓ **Devengado:** las operaciones deben ser registradas al momento en que ocurren y no cuando se pagan o se cobran.
- ✓ **Objetividad:** la información contable debe basarse en hechos reales y comprobables, no en opiniones o suposiciones.
- ✓ **Realización:** los ingresos se reconocen como tal, hasta que se hacen efectivos, quiere decir cuando realmente se da la venta.
- ✓ **Prudencia:** quien prepara la información financiera debe ser cuidadoso, no exagerar los ingresos y tampoco subestimar los gastos.
- ✓ **Uniformidad:** Se deben utilizar los mismos métodos contables siempre, de modo que, los resultados puedan ser comparados entre periodos. (Llaque Sánchez & Llave Angulo, 2023)

6.3.5 Elementos de la contabilidad

- **El activo:** lo integra cada uno de los bienes y derechos que son propios de la entidad. Se clasifica en: activos circulantes, fijos y diferidos. (Ibarra Cervantes, Granado Cuevas, & Amador Murguía, 2004)
- **El pasivo:** conformado por las obligaciones y deudas que llegue a adquirir la empresa en la realización de sus actividades económicas. Se clasifica en pasivo circulante, fijo y diferido. (Ibarra Cervantes, Granado Cuevas, & Amador Murguía, 2004)
- **El capital:** Esta representado por la diferencia entre los activos y pasivos del ente económico. También es la propiedad que tienen los accionistas o dueños. (Ibarra Cervantes, Granado Cuevas, & Amador Murguía, 2004)

6.4 Estados Financieros

6.4.1 Balance general

Muestra la situación financiera de la empresa en unidades monetarias y en una fecha determinada. Está representado por la relación que tienen los activos, pasivos y el capital. (Ibarra Cervantes, Granado Cuevas, & Amador Murguía, 2004)

6.4.2 Estados de resultados

Muestra las utilidades o pérdidas que obtuvo la empresa en un periodo determinado, al realizar su actividad económica. (Ibarra Cervantes, Granado Cuevas, & Amador Murguía, 2004)

- **Elementos que integran el estado de resultados**

- ✓ Ventas
- ✓ Rebajas y Devoluciones sobre Ventas
- ✓ Utilidad bruta
- ✓ Gastos de venta
- ✓ Gastos de Administración
- ✓ Gastos financieros
- ✓ Utilidad neta

6.4.3 Flujo de efectivo

Refleja las entradas y salidas de dinero, es decir, como se obtiene y su aplicación en un periodo específico. Muestras las variaciones que tienen los estados financieros para que se pueda evaluar la liquidez o solvencia de la entidad. (Llaque Sánchez & Llave Angulo, 2023)

6.5 Precio

6.5.1 Definición de precio

Es la cantidad que se requiere para adquirir un bien o servicio, suele ser una cantidad monetaria. (Sevilla Arias, Andrés, 2024)

6.5.2 Tipos de precios

(Sevilla Arias, Andrés, 2024), menciona los siguientes tipos de precios:

1. Precio bruto
2. Precio neto
3. Precio de coste
4. Precio unitario
5. Precio de introducción
6. Precio de venta
7. Precio fijo
8. Precio variable
9. Precio máximo
10. Precio mínimo

6.5.3 Factores que influyen en el precio

- La ley de la oferta y la demanda: es el principio básico sobre lo que pasa en una economía. (Sevilla Arias, Andrés, 2025)
- El punto de equilibrio: que se da cuando la cantidad demandada de un bien es igual a la cantidad ofrecida a un determinado precio. (Sevilla Arias, Andrés, 2025)
- Tipos de competencia: competencia perfecta y competencia imperfecta, la última se divide en; competencia monopolística, oligopolio, monopolio, oligopsonio, monopsonio. (Sevilla Arias, Andrés, 2025)

6.6 Rentabilidad

6.6.1 Concepto de rentabilidad

Es un concepto que abarca diversos ámbitos y enfoques, dependiendo principalmente de las perspectivas en relación con las empresas. Desde el ámbito económico, la rentabilidad se refiere generalmente a la capacidad de la empresa para generar una ganancia a partir de un conjunto de inversiones efectuadas con anterioridad; en cambio en términos reales es definida como la relación existente entre el resultado conseguido y los medios utilizados para su obtención. (Lizcano Álvarez, 2004)

6.6.2 La rentabilidad financiera como herramienta para la toma de decisiones

Para llevar a cabo decisiones financieras acertadas, es fundamental el desarrollo de directrices financieros que permitan el cálculo de ratios promedio de una empresa, con el fin de proporcionar un diagnóstico preciso de la realidad de la empresa y así obtener resultados óptimos. Siendo los indicadores financieros más importantes: la liquidez, endeudamiento, eficiencia y rentabilidad. (Macías Loor & Tello Macias, 2024)

Los indicadores de rentabilidad tienen el propósito de medir el nivel de los beneficios que generan a los accionistas, así como el retorno de la inversión por medio de las utilidades generadas. Convirtiéndolos en indicadores cruciales en la medición de la efectividad de la administración aplicado en términos de rendimiento sobre venta e inversiones. (Macías Loor & Tello Macias, 2024)

6.7 Margen de ganancia

6.7.1 Concepto de margen de ganancia

Es el resultado obtenido de sustraer el monto de los costos de producción al monto de las ventas realizadas, lo cual es indicador del beneficio que obtiene un negocio con respecto a la comercialización de uno o más de sus productos. (Alejandro, 2023)

6.7.2 Ventajas de calcular el margen de ganancia en un negocio

- ✓ Contribuye con información valiosa para el crecimiento de la empresa, dado que, se conocen sus márgenes de utilidad siendo capaz de identificar aquellos puntos de fuga en donde los gastos no están siendo rentables y en consecuencia proponer una manera de eliminarlos o reducirlos. (bold, 2022)
- ✓ Ayuda a la identificación de problemas, al establecer el margen de utilidad del producto o servicio, será posible determinar y solucionar los problemas relacionados con el manejo de las finanzas, inversión, precios y la contabilidad del negocio. (bold, 2022)
- ✓ Proyecta positivamente las estrategias de los precios, puesto que permite ver con claridad la manera en la que se está manejando el dinero respecto a los gastos y ganancias. Logrando identificar si el precio del producto o servicio es el adecuado. (bold, 2022)
- ✓ Facilita el acceso a la financiación, ya que a como es sabido las entidades crediticias para negocios, verifican los márgenes de ganancia, para determinar si el producto o servicio es rentable. Por tal razón, el tener al día estos datos brindará más confianza a la hora de acceder a un crédito. (bold, 2022)

7. Supuesto de investigación

7.1. Supuesto

La ausencia de una contabilidad formal en la empresa Sublime, incide en la incorrecta determinación de márgenes de ganancia en la producción de lotes de serigrafía, ocasionando efectos negativos en su rentabilidad final.

8. Operacionalización de variables y/o matriz de categorías

Cuestiones de investigación	Propósitos específicos	Categorías	Definición conceptual	Subcategoría	Ejes de análisis	Fuentes de información	Técnica de recopilación de información
¿Qué método utilizan para calcular el margen de ganancia de una producción de un lote de serigrafía de camisas?	Calcular el margen de ganancia de la empresa a partir de la comparación entre los costos de producción y los precios de venta de un lote de camisas serigrafiadas.	Margen de ganancia. Costos de producción y Precios de venta	Diferencia entre el ingreso por ventas y el costo, expresada como porcentaje. Gastos necesarios para fabricar un producto o servicio. Valor al que se ofrece un producto al consumidor.	Cálculo de margen bruto y margen neto. Costo de materia prima y mano de obra. Cálculo de precios al por mayor y al detalle.	Presupuestos de producción y precios de venta. Calcular el punto de equilibrio. Revisión del estado de resultado analizar costos fijos y variables.	Primaria: Contador Secundaria: Entrevista Estados Financieros	Guía de entrevista estructurada. Guía de revisión documental.
¿Qué factores determinan el margen de ganancia de la empresa?	Evaluar las principales fuentes de ingreso y los egresos más representativos que inciden en la rentabilidad de la empresa Sublimarte.	Fuentes de ingreso y Egresos más representativos	Orígenes del dinero que recibe la empresa. Principales gastos que afectan el presupuesto.	Venta de productos y/o servicios. Ingresos por inversiones. Pago de sueldos y compra de insumos	Evaluar el flujo de caja. Reportes de ventas y facturación. Impacto de factores externos. Presupuestos y proyecciones financieras	Primaria: responsable del área de producción Secundaria: Entrevista, Estados Financieros	Guía de entrevista estructurada. Guía de revisión documental.
¿Cuáles son los métodos o herramientas que la empresa utiliza para el control de sus costos e ingresos asociados a la producción de camisas serigrafiadas?	Proponer acciones que permitan mejorar el control y seguimiento de los costos e ingresos asociados a la producción de camisas serigrafiadas, con el fin de optimizar el cálculo del margen de ganancia.	Seguimiento de los costos e ingresos	Control y monitoreo continuo del dinero que entra y del que sale.	Registro de las transacciones. Análisis del flujo de efectivo.	Implementar un sistema de contabilidad de costos. Control de inventarios. Automatizar procesos y usar tecnología avanzada.	Primaria: Gerente Contador Secundaria: Observación, Estados Financieros	Guía de checklist. Guía de revisión documental.

9. Diseño metodológico

9.1. Tipo de Investigación

La investigación realizada en la empresa Sublime es de enfoque cualitativo, debido a que nos interesa comprender en profundidad los criterios de decisión que influyen en la evaluación de los márgenes de ganancia durante su producción y su impacto en la rentabilidad

9.2. Tipo de estudio

Esta investigación se considera que es de tipo descriptiva porque identifica y caracteriza los ingresos, egresos y márgenes de ganancia en la producción de un lote de camisas serigrafiadas y a su vez es explicativa porque analiza como estos márgenes afectan la rentabilidad final, buscando relaciones causales entre variables financieras

9.3. Área de estudio

- **Campo de estudio**

La investigación tiene un campo de estudio específico, que es el 41 Educación comercial y administración, además cuenta con un campo detallado que es el 0412 Gestión financiera, administración bancaria y seguros, según el manual de Clasificación Internacional Normalizada de la Educación 2011, del instituto de estadística de la UNESCO

- **Área de conocimiento**

Está área fue tomada del documento oficial de la UNAN-Managua aprobado por el Consejo Universitario y facilitado por el área de docentes

- **Línea de Investigación**

Línea CEC-1: DESARROLLO SOCIOPRODUCTIVO, EMPRENDIMIENTO Y BIENESTAR

Sub línea CEC-1.1: Comportamiento de unidades económicas

- **Área geográfica**

La empresa Sublime, ubicada en el municipio de Estelí.

9.4. Población y Muestra /Unidad de análisis

- **Universo o Población**

El universo de esta investigación está constituido por la empresa Sublime.

- **Muestra**

La muestra de esta investigación se desarrollará en el área finanzas y sus operaciones, dado que el estudio que se está realizando es con énfasis en el análisis de los márgenes de ganancia en la producción de un lote de camisas serigrafiadas y su efecto en la rentabilidad. Debido a que este departamento se encarga de llevar un seguimiento detallado de los ingresos generados por las ventas, así mismo los costos asociados a su producción.

- **Unidad de análisis**

Para establecer la unidad de análisis en la investigación se eligió al personal de: área de contabilidad y finanzas, además se incluyó a los colaboradores de producción, ya que consideramos que es la unidad fundamental para determinar la rentabilidad debido al análisis de los costos directos de fabricación

- **Criterios de selección de la muestra**

Se seleccionó el área de contabilidad y finanzas, porque son el personal encargado de gestionar todos los aspectos financieros y contables, su papel es traducido a términos monetarios y permiten una evaluación objetiva del rendimiento financiero, además proporcionan la base de información necesaria para futuras interrogantes.

9.5. Métodos, técnicas e instrumentos para recopilación de datos

- **Entrevista semiestructurada**

Se aplicará este instrumento dirigido al propietario y a los encargados de registrar las operaciones contables diarias de la empresa donde se pretende recopilar información minuciosa acerca del manejo de la empresa, el registro y clasificación de los costos e ingresos, a fin de poder realizar un análisis en relación a sus respuestas. Se decidió aplicar este tipo de entrevista porque su estructura es guiada por una serie de preguntas o temas generales de conversación.

Sin embargo, el entrevistador puede desarrollar preguntas nuevas a medida que vayan surgiendo los temas de interés de acuerdo a la conversación.

9.6. Etapas de Investigación

9.6.1 Investigación documental

10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Principales fuentes de ingreso y los egresos más significativos que inciden en la rentabilidad financiera de la empresa Sublime

Según entrevista realizada, los ingresos provienen de diferentes productos haciendo hincapié principalmente en la producción de lotes de camisas, por lo cual se eligió este, ya que nos permitirá analizar de manera más minuciosa la determinación de su margen de ganancia. Sin embargo, el propietario comentaba que no hay un producto en específico que genere más ingresos por ventas, porque este puede variar según el volumen de producción. Es decir, los ingresos más altos que el negocio puede presentar se dan en ciertas temporadas del año, como fechas especiales. A continuación, se presenta grafico de distribución en las ventas según las temporadas.

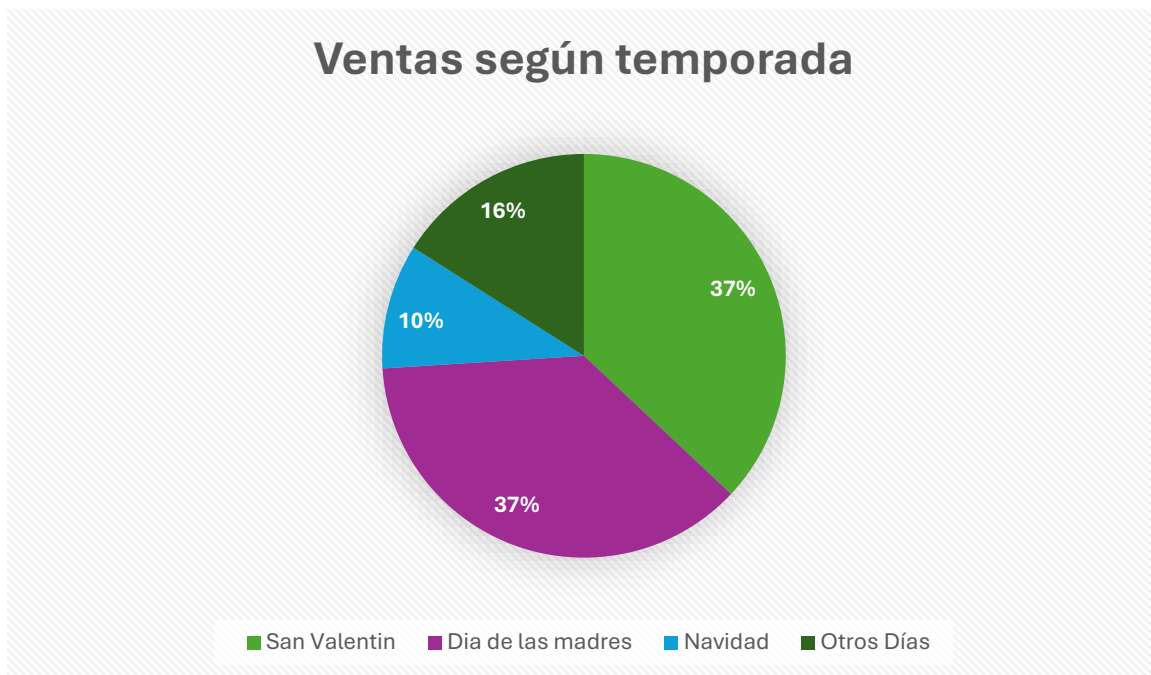


Ilustración 1: Grafico Ventas Temporadas

Propia Autoría 1

Esta grafica refleja la distribución en porcentajes de las ventas anuales del negocio; fechas como el mes donde se celebra a las madres con un índice alto del 37% y el mes del amor y la amistad

representado en un 37% es donde existe mayor volumen de ventas que se traduce a mayores ingresos, debido a que existe mayor demanda de los productos.

En comparación al porcentaje de ventas en navidad que es mínimo del 10% donde se deduce que, en esta temporada, las personas optan por obsequios diferentes, disminuyendo las ventas. Por otro lado, las ventas que se dan por pedidos corporativos u otros reflejan el 16% en ingresos por ventas diarias, que, aunque son constantes no aumentan en volumen que puede llegar a producirse en estos pedidos.

En la investigación se identificó que el gasto más representativo en la producción de un lote de camisas es la materia prima principal, la camiseta, ya que esta tiene que cumplir con ciertas características, por ejemplo: Ser de poliéster o mezclas especiales para sublimar.

En segundo lugar, se encuentran los insumos, como tintas y papel de sublimación. Y por supuesto la mano de obra y costos indirectos de fabricación que se muestra en el siguiente gráfico.

GASTOS DE FABRICACION

■ Camisetas ■ Insumos ■ Mano de Obra ■ Costos Indirectos

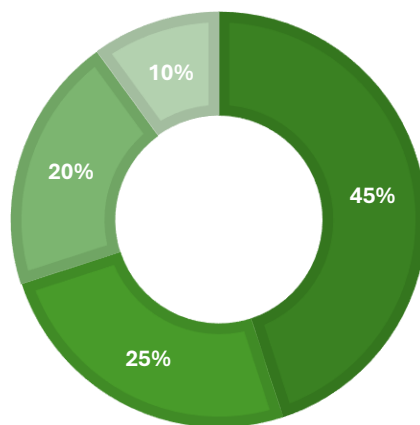


Ilustración 2: Grafico de Gastos de Fabricación

Propia Autoría 2

Esta grafica muestra la distribución en porcentajes de los gastos que implica producir un lote de camisas serigrafadas. La materia prima principal, es decir la camiseta, indica el 45% dentro de sus

gastos, considerando que este puede aumentar según el volumen de ventas. Los insumos conllevan el 25% incluyendo la compra de tintas, papel sublimación, entre otros. La mano de obra equivale al 20% en la elaboración de este proceso ya que requiere tiempo desde la cotización de productos hasta su elaboración. Para finalizar se muestran los costos indirectos con un 10%, en el que se incluyen: energía eléctrica, internet, depreciación de la maquinaria, empaques, entre otros.

Comparación Ingresos y Egresos

Producto de la entrevista aplicada hemos decidido realizar una comparación de ingresos y egresos para un lote de 12 camisetas, en este primer punto se detalla la forma en la que el propietario del negocio define su precio de venta y sus costos

Tabla 1: Resultado 1

Concepto	Cantidad	Precio unitario	Total
Ingresos			5040
Precio de Venta	12	420	
Costos			4200
Camisetas sin sublimar		120	1440
Tintas de Sublimación		10	120
Papel de Sublimación		10	120
Empaque		10	120
Mano de Obra		40	480
Energía Eléctrica		20	240
Depreciación de equipo		40	480
Otros		100	1200
Total, Costo Unitario		350	

Precio unitario	C\$350
------------------------	---------------

Ganancias	20%
C\$350 * 12 + 20% = C\$ 5,040.00	

Resultado	
Costos Totales	4200
Ganancia Neta	840
Ganancia por unidad	70
Margen de ganancia	20%

Cada camiseta se vende a un precio de 420 córdobas, generando un total de ingresos por esta venta de 5,040.00. Para la producción de cada camiseta, se le sumaron los costos de producción que representa cada una, como lo son los insumos, mano de obra, materia prima, entre otros; el costo total que representan estos es de 4200 córdobas que dividido entre las 12 camisas nos da un costo por unidad de 350 córdobas.

Para obtener el resultado del margen de ganancia en el proceso de producción de estas 12 camisas, se cubrió el gasto que represento su elaboración, dando como resultado una ganancia de 840 córdobas. Como punto importante de este resultado, se consideró que la depreciación sería proporcional a la cantidad de camisas que pueden llegar a producirse en un mes.

A continuación, se define la forma en la que se estiman los cálculos según datos de estudio de mercado. La siguiente tabla muestra un detalle de cada uno de los materiales que se utilizaron para la producción de un lote de camisa, así mismo se visualiza un resumen de los gastos totales

Gastos para la producción de 12 camisetas serigrafiadas

Tabla 2:Resultado 1

Camisetas poliéster	C\$	60.00
Tintas de sublimación 1000ml	C\$	5,500.00
Consumo x camiseta 1ml	C\$	5.50
Papel sublimación 100 pliegos	C\$	800.00
Consumo x camiseta 1 pliego	C\$	8.00
Mano de obra (Pago mensual)	C\$	9,800.00
Tiempo sublimación x camiseta	C\$	40.83
10 min	C\$	6.81
Costos indirectos		

Energía eléctrica mensual	C\$ 1000.00
Consumo x camiseta	C\$ 4.17
Empaques	C\$ 20.00
Depreciación de equipos	C\$ 11.88

Tabla 3: Resultado 1

Resumen de gastos	
Concepto:	Costo por producción de camisetas
Unidades:	12
Camisetas poliéster	C\$ 720.00
Tintas de sublimación	C\$ 66.00
Papel sublimación (Pliegos)	C\$ 96.00
Mano de obra	C\$ 81.67
Gastos indirectos	
Energía eléctrica mensual	C\$ 50.00
Empaques	C\$ 240.00
Depreciación de equipos	C\$ 142.50
Costo total de producción	C\$ 1396.17
Costo total por unidad	C\$ 116.35
Margen de ganancia	20%
Precio Venta	C\$ 1,745.21
Precio de venta por unidad	C\$ 145.43

Este resumen presenta los costos de cada material necesario en la producción de un lote de camisas, la suma total de C\$ 1,396.17 incluye costos directos e indirectos. Posteriormente aplicando el 20% de margen de ganancia se obtiene C\$ 1,745.21, el porcentaje que se está aplicando es el que el propietario determino durante la entrevista, que se calcula aplicando la formula general de precio de venta

$$PV = \text{Costo total Unitario} / (1 - \text{Margen de ganancia})$$

Considerando el costo total de producción de C\$ 1,396.17 y el precio de venta de C\$ 1,745.21 refleja una ganancia esperada de C\$ 349.04 que se obtiene de restar el precio de venta menos costo de producción, es decir el precio de venta unitario de cada camisa serigrafiada corresponde a C\$145.43

Margen de ganancia obtenido en la producción de un lote de camisas serigrafiadas mediante la comparación entre los costos de producción y los precios de venta

Haciendo uso de la técnica de revisión documental que se realizó en la empresa, reflejó que en la empresa no cuentan con registros contables, todo lo que se maneja del negocio es en cuadernos diarios, en los que las transacciones del día se van plasmando; dato importante de esto es, que en estos cuadernos no existía al menos un registro de cuando se hacía una compra a proveedores o de facturas por compras de maquinaria, simplemente las ventas diarias del negocio. De este punto a querer realizar una comparación de sus costos y precios de venta, se realizó como parte de este procedimiento un estudio de la siguiente forma.

Unidades de un lote de producción	12
Lotes producidos durante un año	20
Unidades de camisetas	240

La empresa puede llegar a producir en un año 20 lotes de camisas, cada lote cuenta con 12 unidades, un total de 240 camisetas como mínimas en ventas anuales, estas correspondientes y distribuidas en las temporadas del año, que traducido a porcentajes de ingresos se ve reflejado de la siguiente forma:

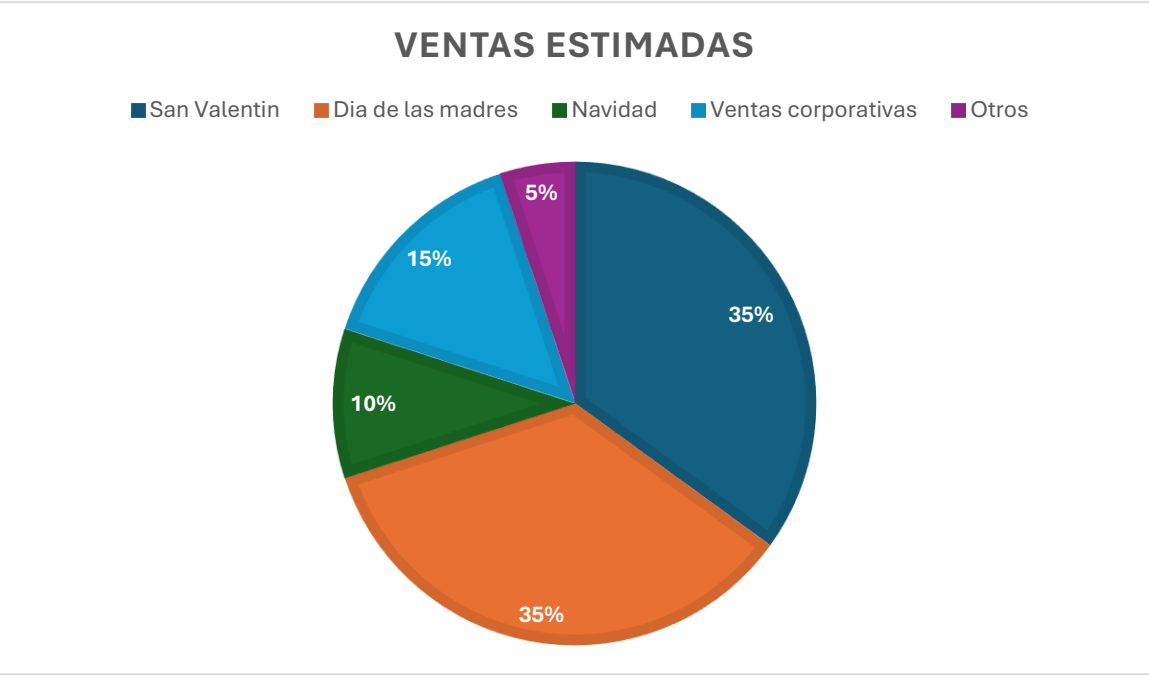


Ilustración 3: Ventas Estimadas

Propia Autoría 2

En la entrevista realizada al propietario nos indicaba como es el flujo de las ventas en el año, fechas como el mes que se celebra el día de las madres o san Valentín, son las temporadas más altas, en esos meses pueden producir un mínimo de 7 lotes, representando estos cada uno un 35% de sus ingresos anuales.

Tabla 4: Resultado 2

Distribución de lotes producidos en el año		
Temporadas	Lotes	Unidades
San Valentín	7	84
Día de las madres	7	84
Navidad	2	24
Ventas corporativas	3	36
Otros	1	12
Total, lotes (Anual)	20	240

El resultado de la entrevista realizada, en el negocio se maneja un margen de ganancia del 20% y un indicativo de los costos que más o menos ellos pueden llegar a mantenerse, pero para obtener el precio de venta que ellos tienen que es de 420 córdobas, en realidad están manejando un margen de ganancia del 17% mínimo como se visualiza en la tabla número 1 también se refleja que los

costos para elaborar una camiseta son muy altos por lo que la ganancia es menor a la que ellos indican.

Por otro lado, en base al estudio de mercado que se realizo y manejando costos reales, se obtuvo que para que ellos realmente obtengan el 20% de ganancia mínimo, tendrían que manejar sus costos de la siguiente forma:

Tabla 5: Resultado 2

COSTOS DE PRODUCCIÓN (EMPRESA) (TABLA 1)					
Temporadas	San Valentín	Día de las madres	Navidad	Ventas Corporativas	Otros
Unidades producidas	84	84	24	36	12
Costo producción (por unidad)	C\$ 350.00	C\$ 350.00	C\$ 350.00	C\$ 350.00	C\$ 350.00
Costo total de producción	C\$ 29,400.00	C\$ 29,400.00	C\$ 8,400.00	C\$ 12,600.00	C\$ 4,200.00
Precio de venta unitario	C\$ 420.00	C\$ 420.00	C\$ 420.00	C\$ 420.00	C\$ 420.00
Ingresos totales	C\$ 35,280.00	C\$ 35,280.00	C\$ 10,080.00	C\$ 15,120.00	C\$ 5,040.00
Beneficio neto	C\$ 5,880.00	C\$ 5,880.00	C\$ 1,680.00	C\$ 2,520.00	C\$ 840.00
Margen ganancia	17%	17%	17%	17%	17%

Tabla 6: Resultado 2

COSTOS DE PRODUCCIÓN (ESTIMADOS) (TABLA 2)					
Temporadas	San Valentín	Día de las madres	Navidad	Ventas Corporativas	Otros
Unidades producidas	84	84	24	36	12
Costo producción (por unidad)	C\$ 116.35	C\$ 116.35	C\$ 116.35	C\$ 116.35	C\$ 116.35
Costo total de producción	C\$ 9,773.17	C\$ 9,773.17	C\$ 2,792.33	C\$ 4,188.50	C\$ 1,396.17
Precio de venta unitario	C\$ 145.43	C\$ 145.43	C\$ 145.43	C\$ 145.43	C\$ 145.43
Ingresos totales	C\$ 12,216.46	C\$ 12,216.46	C\$ 3,490.42	C\$ 5,235.63	C\$ 1,745.21
Beneficio neto	C\$ 2,443.29	C\$ 2,443.29	C\$ 698.08	C\$ 1,047.13	C\$ 349.04
Margen ganancia mínimo (20%)	20%	20%	20%	20%	20%

Tabla 7: Resultado 2

RESUMEN COMPARATIVO		
COSTOS DE PRODUCCION		
Descripción	Estimados	Empresa
Costo unitario	C\$ 116.35	C\$ 350.00
PRECIOS DE VENTA		
Precio venta unitario	C\$ 145.43	C\$ 420.00
Ganancia por unidad	C\$ 29.09	C\$ 70.00
Margen de ganancia	20%	17%

De esta manera podemos visualizar un escenario distinto a partir de las siguientes observaciones tales como: el costo unitario que facilito el propietario de manera verbal es prácticamente tres veces mayor a lo estimado de acuerdo al estudio de mercado. Es decir, ya que ellos no poseen un control exacto de sus costos de producción solamente realizan un proceso tradicional donde la solución es aumentar drásticamente los precios de venta para poder solventar de cierta manera los costos durante la producción.

En cambio, si su prioridad se dirigiera hacia un manejo relativo de sus costos este les permitiría obtener un mayor índice de eficiencia en sus ingresos

Tabla 8: Resultado 2

ELABORACION 12 CAMISETAS		
Descripción	Estimados	Empresa
Costo de producción	C\$ 1,396.17	C\$ 4,200.00
Precio venta unitario	C\$ 1,745.21	C\$ 5,040.00
Ganancia por unidad	C\$ 349.04	C\$ 840.00
Margen de ganancia	20%	17%

Tabla 9: Resultado 2

RESUMEN TEMPORADAS		
Descripción	Estimados	Empresa
Unidades producidas (12 meses)	240	240
Costo producción unitario	C\$ 116.35	C\$ 350.00
Costo total producción	C\$ 27,923.33	C\$ 84,000.00
Precio de venta unitario	C\$ 145.43	C\$ 420.00
Ingresos totales	C\$ 34,904.17	C\$ 100,800.00
Beneficio neto	C\$ 6,980.83	C\$ 16,800.00
Margen ganancia	20%	17%

Este resumen muestra la cantidad de unidades que se fabrican para cada temporada y el costo unitario de producción; el detalle está alimentado con información verbal facilitada por el propietario y por la información obtenida del estudio de mercado. El método tradicional que es utilizado en la empresa contiene distintas variaciones en sus costos de producción tales como: la falta de registros contables y no tener una relación directa con proveedores lo cual no permite un control exacto para la producción de un lote de camisas. Es decir, nos muestra que su enfoque está directamente relacionado a la reducción de costos de producción unitarios estimando la calidad de sus servicios

Estrategias para mejorar el control y seguimiento de los costos e ingresos vinculados a la producción de camisas serigrafiadas, con el objetivo de optimizar el margen de ganancia y fortalecer la rentabilidad

Retomando la información anterior la mayor deficiencia está en la falta de registros contables, de igual forma influye la relación directa que tienen con sus proveedores afectando directamente los costos de producción. Para ello es de suma importancia la aplicación de técnicas que permitan mejorar el control y seguimiento de sus costos e ingresos

Establecer un control es esencial e importante para la empresa, ya que permitirá comprender con mayor claridad la situación financiera y de igual manera facilitara reconocer sus ganancias, para ello se pueden aplicar estas las siguientes estrategias:

1. Implementación de presupuesto: Consiste en detallar cada uno de los materiales a utilizar, basándose en precios previamente cotizados con proveedores de confianza de igual manera establecer plazos de tiempo realista, para ello se establecerá una secuencia que permita mantener el stock necesario en inventario. De esta manera la empresa contará con los materiales suficientes y necesarios en caso de que se presente un pedido especial y esta herramienta permitirá estar al tanto de los costos, es decir, les facilitará reconocer si los costos de producción han tenido un aumento o si simplemente siguen siendo constantes. A continuación, plantilla que describe lo antes mencionado:

 Presupuesto de Compra			
Empresa: Sublime Estelí			
Teléfono: 612 456 789 Mail: sublime@gmail.com			
Fecha del presupuesto ____/____/____		Validez ____ días	
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	PRECIO	TOTAL
Camisetas poliéster	12	C\$ 60.00	C\$ 720.00
Tintas sublimación botella 100ml	300	C\$ 18.00	C\$ 5,400.00
Papel sublimación	12	C\$ 8.00	C\$ 96.00
Empaques	12	C\$ 20.00	C\$ 240.00
SUB-TOTAL			C\$ 6,456.00
TOTAL PRESUPUESTADO			C\$ 6,456.00
Elaborado por: _____ Revisado por: _____ Autorizado por: _____			

Ilustración 4: Presupuesto de compras

2. Negociación con proveedores: En este caso es sumamente importante la relación con proveedores ya que finalmente los costos de producción se mantendrán constantes según las negociaciones establecidas junto con el propietario. Para ello pueden establecer puntos clave a tratar tales como: reuniones plenamente de negociación puede ser precios, descuentos o promociones todo esto con la finalidad de garantizar la reducción de costos o mantener el mismo margen y no presentar variaciones constantemente y la optimización de resultados financieros que brinden estabilidad
3. Registro de ingresos y egresos: Tener un control de ingresos y gastos es una herramienta que facilitará la gestión de los recursos en el proceso de producción, la eficiencia es lo más importante en los procesos, de manera que lo que antes se plasmaba en cuadernos físicos, donde no existía un orden y donde incluso cosas se pasaban por alto, con un libro en Excel muy bien creado, proporcionará al negocio una sinergia dentro de todas las áreas o funciones que se realicen dentro del negocio y que al final del día genere datos reales y sirva de protección en la información que se maneja en el negocio.

Por lo cual, se propone llevar un control de sus ingresos y egresos en Excel de la siguiente manera:

VENTAS							
Fecha	Productos	Cantidad	Precio Unitario	Total	Metodo de pago	Estado	
9/8/2025	Camiseta Personalizada	10	C\$ 420.00	C\$ 4,200.00	Transferencia	Pendiente	
10/8/2025	Gorras	5	C\$ 120.00	C\$ 600.00	Efectivo	Pagado	
11/8/2025	Taza Personalizada	3	C\$ 100.00	C\$ 300.00	Tarjeta	Pagado	

Ilustración 5: Control ingresos y egresos

Esta tabla refleja todos los datos importantes al momento de registrar una venta, adicional a esto solamente será necesario filtrar las fechas desde donde hasta cuando se necesite, este detalle comprende fecha, producto, cantidad, precio unitario y total de cada uno de ellos, asimismo, permite conocer en el estado en que se encuentra, y esto evita llegar a olvidar un cobro pendiente. También aporta a estimar la cantidad de efectivo generado por las ventas.

Se presenta la tabla donde pueden registrar cada uno de los Gastos:

GASTOS					
Fecha	Proveedor	Descripcion	Monto	Metodo de pago	Categoria
9/8/2025	ImpoBal S.A	Tintas	C\$ 2,750.00	Efectivo	Materia prima
10/8/2025	Servinic	Camisetas	C\$ 1,800.00	Efectivo	Materia prima
11/8/2025	Equipos TMSA	Mantenimiento	C\$ 2,800.00	Transferencia	Servicios

Ilustración 6: Registro de gastos

la fecha, el proveedor, la descripción de lo que se adquirió, el monto que costó, además indicar a qué categoría pertenece, esto con la finalidad de tener un registro específico y claro del uso que se le da al dinero que sale de la empresa, lo que permite llevar una gestión adecuada del efectivo de la institución. Por lo tanto, se propone la tabla anterior.

Partiendo de estos registros, la empresa puede tener un conocimiento más realista y detallado de cada uno de sus gastos y del dinero que tienen disponible, además de conocer cuanto dinero tienen a cuenta de acreedores. Además, establecer una relación permanente con proveedores, lo que permitirá conocer los precios de los productos sin que varíen de manera que perjudique en sus cálculos de margen de ganancia.

10. CONCLUSIONES

La presente investigación hace énfasis en la importancia de la presencia de la contabilidad formal dentro de una empresa, como previamente fue mencionado la carencia de estos fundamentos básicos puede conducir hacia la incorrecta determinación de los márgenes de ganancia ocasionando datos erróneos sobre la situación financiera de la empresa.

Mediante la aplicación de los instrumentos de recopilación de datos los hallazgos han demostrado distintos escenarios que son practicados a nivel interno en la empresa, tales como:

Deficiencia de procesos operativos y contables, ya que todo registro lo realizan manualmente limitando a desarrollar ciertas actividades con mayor agilidad, la falta de manejo de información, específicamente en detalles relacionados a la producción, la ausencia de negociaciones con los proveedores provocando variaciones constantes en los costos, no poseen respaldos de información, es decir no hay archivos ni físicos o digitales que avalen cada una de sus compras.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se concluyó que el principal factor que incide en la rentabilidad de la empresa es el elevado costo de producción unitario, dado que el dato facilitado por el propietario durante la entrevista en comparación al estudio de mercado tiene un mayor índice de diferencia, es decir, ya que ellos no poseen un control exacto de sus costos de producción solamente realizan un proceso empírico donde la solución es aumentar drásticamente los precios de venta para poder solventar de cierta manera los costos durante la producción.

Es por ello que se determinó que el margen de ganancia real de la empresa es de 17%, estimando la información facilitada por el propietario donde indicaba que su margen de ganancia establecido es el 20%, según el estudio y las estimaciones en los costos de producción se observa que esté disminuye un 3% con respecto al objetivo mínimo establecido. Por lo tanto, se deduce que está diferencia impacta directamente a la rentabilidad de la empresa así mismo al índice de sus ingresos.

11. Recomendaciones

Para el crecimiento continuo de la empresa, es necesario la implementación de procesos contables que optimicen el manejo relativo de los costos. A partir de los hallazgos obtenidos se proponen las siguientes recomendaciones einvesstratégicas a fin de obtener un efecto positivo en la rentabilidad:

1. Establecer controles contables rigurosos para el cálculo preciso de los costos de producción, esto permitirá considerarlos en el control del margen de ganancia y facilitar un análisis oportuno de la situación financiera de la empresa
2. Implementación de presupuestos de compras este consistirá en el detalle de cada uno de los materiales a utilizar, basándose en precios previamente cotizados; Esta herramienta será fundamental para mantener un seguimiento estricto de los costos y evitar desviaciones o alteraciones
3. Formalizar relaciones directas y estratégicas con los proveedores para asegurar la reducción de costos y la estabilidad de precios. Esto es fundamental para incrementar el margen de ganancia y evitar fluctuaciones constantes

Se propone que la gestión de la empresa debe basarse plenamente en decisiones asociadas a técnicas que permitan mejorar el control y seguimiento de sus costos e ingresos este con el objetivo que la empresa pueda comprender con mayor claridad su situación financiera.

13. Referencias bibliográficas

Bibliografía

Alejandro, L. (14 de Diciembre de 2023). *Que es el margen de ganancia, como calcularlo y fórmula*. Obtenido de blog.hubspot.es: <https://blog.hubspot.es/marketing/margen-ganancias-producto>

Álvarez Fernández, J. (06 de Julio de 2023). *¿Qué es la manufactura industrial? ¿Qué procesos y tipos existen?* Obtenido de Overtel: <https://overtel.com/blog-3/que-es-la-manufactura-industrial-que-procesos-y-tipos-existen>

Benítez Salinas , O. V. (2020). *Sistema de Costeo por Órdenes de Trabajo*. Obtenido de Repositorio SUWA: <https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/bitstream/handle/11506/1145/LEC%20CONT%200016%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

BLUEHEAT. (6 de Junio de 2024). *Historia de la sublimación*. Recuperado el 2025, de BlueHeat: <https://theblueheat.com/historia-de-la-sublimacion/#:~:text=El%20origen%20de%20la%20sublimaci%C3%B3n,la%20industria%20de%20la%20impresi%C3%B3n.>

bold. (21 de Septiembre de 2022). *Margen de utilidad de tu nnegocio ¿Como se calcula y para que sirve?* Obtenido de bold.co: <https://bold.co/academia/educacion-financiera/margen-de-utilidad-de-tu-negocio-como-se-calcula-y-para-que-sirve#:~:text=Proyecta%20positivamente%20tus%20estrategias%20de,servicio%20son%20altos%20o%20bajos>

Carita, F. (3 de Abril de 2016). *Scribd*. Obtenido de Scribd: <https://es.scribd.com/doc/306779363/Campos-de-Aplicacion-de-La-Contabilidad>

CASTELLNOU, R. (17 de Septiembre de 2021). *Captio*. Obtenido de Captio: <https://www.captio.net/blog/tipos-de-contabilidad-de-una-empresa-ii>

Ceballo, M. (05 de Febrero de 2024). *El bolg de Areandina*. Obtenido de El bolg de Areandina: <https://www.areandina.edu.co/blogs/que-es-la-contabilidad-de-costos>

CERTUS. (20 de Marzo de 2020). *CERTUS*. Obtenido de CERTUS: <https://www.certus.edu.pe/blog/tipos-costo-empresa/>

- Cofide. (26 de Abril de 2023). *Cofide Capacitación Empresarial*. Obtenido de Cofide Capacitación Empresarial: <https://www.cofide.mx/blog/cuales-son-los-elementos-del-coste-de-produccion>
- Cromos. (2018). *La guía completa para el éxito con la sublimación*. Obtenido de SAWGRASS: https://www.cromos.net.uy/images/sawgrass_web.pdf
- E.Gómez, G. (15 de Octubre de 2002). *Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas Servicio Infoaeca*. Obtenido de Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas Servicio Infoaeca: <https://www.aeca.es/old/buscador/infoaeca/articulospecializados/pdf/auditoria/pdfcontabilidad/16.pdf>
- Editorial Etecé. (27 de Abril de 2025). *Empresa*. Obtenido de concepto.de: <https://concepto.de/empresa/>
- Equipo Editorial Conekta. (23 de Noviembre de 2023). *Conekta*. Obtenido de Conekta: <https://www.conekta.com/blog/que-es-el-sistema-de-costos-y-cuales-tipos-existen>
- Equipo Editorial de Indeed. (22 de Enero de 2024). *Indeed*. Obtenido de Indeed: <https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/que-es-empresa-manufacturera>
- ExpertoGestioPolis.Com. (12 de Marzo de 2020). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis: https://www.gestiopolis.com/que-es-contabilidad-de-costos/#google_vignette
- Fac. Ciencias de Gestión. (01 de 01 de 2024). *Universidad Autónoma del Perú*. Obtenido de Universidad Autónoma del Perú: <https://www.autonoma.pe/blog/contabilidad-importancia-negocios/#:~:text=La%20contabilidad%20es%20importante%2C%20ya,actual%20con%20los%20datos%20hist%C3%B3ricos.>
- Fernandez, Y. R. (04 de 12 de 2012). *Pontificia Universidad Católica de Valparaíso*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica de Valparaíso: <https://www.pucv.cl/uuaa/site/docs/20181123/20181123195708/apuntedocenteclasificaciondecostosyr.pdf>
- Flores García, René Benito, & Flores Jaenz, Héctor Martín. (2016). *Diseño de propuesta de sistema de costeo por órdenes de trabajo para la línea de producción Andalucía de la Empresa Tropicalum, S.A., ubicada en la ciudad de León, departamento de León, estudio realizado en el periodo de enero a junio del año 2016*. Obtenido de

Repositorio Institucional UNAN-León :
<http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/handle/123456789/6628>

Gálvez, L. D. (01 de Enero de 2020). *Studocu*. Obtenido de Studocu:
<https://www.studocu.com/es-mx/document/instituto-tecnologico-de-estudios-superiores-de-zamora/sistema-de-costos-historicos/16-caracteristicas-esenciales-de-la-contabilidad-de-contabilidad-de-costos>

Gasbarrino, S. (13 de Julio de 2023). *HubStop*. Obtenido de HubStop:
<https://blog.hubspot.es/sales/guia-contabilidad>

gerencie.com. (02 de Diciembre de 2022). *Gerencie*. Obtenido de Gerencie:
<https://www.gerencie.com/que-es-un-sistema-de-costos.html>

Gil, S. (28 de Enero de 2024). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/contabilidad.html>

Gil, Susana. (14 de Febrero de 2025). Obtenido de economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/contabilidad.html>

Herrera Blandón, J. M., & Herrera Villarreyna, X. N. (Octubre de 2019). *Implementación de un Sistema de Control de Costos por Órdenes Específicas en el Taller de Ebanistería Hernández ubicado en la ciudad de Estelí, durante el primer trimestre del año 2019*. Obtenido de Repositorio Institucional RIUMA:
<http://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/11178>

Ibarra Cervantes, J. A., Granado Cuevas, M., & Amador Murguía, M. E. (26 de Febrero de 2004). *Principios de la Contabilidad*. Obtenido de cucea.udg.mx:
https://www.cucea.udg.mx/include/publicaciones_drupal/pdfs/principios_conta.pdf

INTERIM GROUP. (4 de Noviembre de 2022). *Estructura organizativa de una empresa: ¿Cómo crearla?* Obtenido de interimgroupshr.com:
<https://interimgrouphr.com/blog/estructura-organizativa-empresa/>

Jiménez Rodríguez, N. V., & Toala García, J. M. (Septiembre de 2014). *Diseño e implementación de un sistema de costeo por órdenes de trabajo para mejorar la productividad de la constructora Coprobra S.A.* Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana:
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7348>

- Kuuse, M. (10 de Octubre de 2022). *Costeo por órdenes de trabajo en 6 sencillos pasos*. Obtenido de MRPeasy: <https://www.mrpeasy.com/blog/es/costeo-por-ordenes-de-trabajo/>
- Lifeder. (31 de Agosto de 2023). *Sistema de costos por órdenes de producción*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/sistema-costos-ordenes-produccion/>
- Lizcano Álvarez, J. (3 de Febrero de 2004). *Rentabilidad empresarial propuesta de práctica de análisis y evaluación*. Obtenido de camara.es: https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/rentab_emp.pdf
- Llaque Sánchez, F. R., & Llave Angulo, I. L. (9 de Septiembre de 2023). *Contabilidad y Finanzas Básicas*. Obtenido de iat.sunat.gob.pe: <https://iat.sunat.gob.pe/sites/default/files/documentos/2023/09/archivos/contfinanbasic.pdf>
- Lopez, M. (17 de Septiembre de 2024). *Papeleria y articulos de oficina*. Recuperado el 2 de Abril de 2025, de Papira: https://papira.com.mx/blogs/blog/que-es-la-sUBLIMACION-1?srltid=AfmBOooESAECeZRvxbQapb6PZyEDVhT4cBGT1-SckktSUsPUYm3sv_eP
- López, V. (21 de Agosto de 2020). *Los componentes (o elementos) de la empresa*. Obtenido de www.econfinados.com: <https://www.econfinados.com/post/los-componentes-o-elementos-de-la-empresa>
- Lucas Marín Arenas, E. G. (01 de Diciembre de 2017). *Agora*. Obtenido de Agora : <https://ojs.tdea.edu.co/index.php/agora/article/view/472/619>
- Macías Loor, F. I., & Tello Macias, W. T. (10 de Julio de 2024). *Rentabilidad financieray su indice en la toma de decisiones del taller de automotriz tello*. Obtenido de revistas.uap.edu.pe: [file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Dialnet-RentabilidadFinancieraYSuIncidenciaEnLaTomaDeDecis-9734617%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Dialnet-RentabilidadFinancieraYSuIncidenciaEnLaTomaDeDecis-9734617%20(2).pdf)
- Palomino, K. (16 de Noviembre de 2023). *Southern New Hampshire University*. Obtenido de Southern New Hampshire University: <https://es.snhu.edu/noticias/que-es-la-contabilidad-de-costos-y-cuales-son-sus-objetivos>
- Prieto, E. (26 de Agosto de 2023). *Southern New Hampshire University*. Obtenido de Southern New Hampshire University: <https://es.snhu.edu/noticias/que-son-empresas-manufactureras>

Rafa. (20 de Octubre de 2023). *Que es la sublimación*. Obtenido de Blog Regalopublicidad : <https://www.regalopublicidad.com/blog/que-es-la-sublimacion/>

Sánchez Galán, J. (10 de Marzo de 2025). *¿Qué es una empresa? Definición, tipos y ejemplos*. Obtenido de economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>

Sanchez, R. (2021). *Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada al servicio de sublimado y detalles personalizados*. Obtenido de Repositorio ULVR: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/4600/1/T-ULVR-3739.pdf>

Sevilla Arias, Andrés. (15 de Diciembre de 2024). *Precio: Qué es, valor, funciones y tipos de precios*. Obtenido de economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/precio.html>

Sevilla Arias, Andrés. (10 de Marzo de 2025). *Ley de oferta y demanda: Qué es, teoría, gráficos y ejemplos*. Obtenido de economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/ley-de-oferta-y-demanda.html>

Turovski, M. (31 de Octubre de 2022). *Contabilidad de fabricación – Una guía sencilla*. Obtenido de MRPeasy: <https://www.mrpeasy.com/blog/es/contabilidad-de-fabricacion/>

Universidad Tecnológica del Perú. (15 de Agosto de 2023). *¿Por qué es importante la contabilidad en una organización?* Obtenido de utp.edu.pe: <https://www.utp.edu.pe/blog/negocios/por-que-es-importante-la-contabilidad-en-una-organizacion>

Webmaster. (17 de Enero de 2023). *Conoce el origen de la contabilidad*. Obtenido de bdunity.com: <https://bdunity.com/2023/01/17/origen-de-la-contabilidad/>

14. ANEXOS

Entrevista dirigida al propietario del negocio

1. ¿Cuáles son las principales fuentes de ingresos de la empresa?

Personalización de productos individuales, camisetas, sudaderas, gorras, Tazas, termos, vasos, Cojines, mantas, llaveros.

Alta demandado en fechas especiales: Día de la Madre, San Valentín, Navidad.

2. ¿Qué porcentaje de ganancia representaría la venta de un lote de camisas?

Un lote de camisas sublimadas suele dejar entre 15% y 20 % de ganancia neta

El negocio se vuelve atractivo cuando hay pedidos corporativos o por volumen, porque, aunque el margen unitario baja, la entrada de dinero es mucho mayor.

3. ¿De qué manera determinan el precio de venta de las camisas? (unidad y lote)

Precio unitario más el 20% de ganancia

- Ejemplo: C\$350 precio unitario más el 20%. Esto equivale a un precio de venta de $350 + 20\% = 420$
- Un lote de 12 sería de $350 * 12 + 20\% = 5,040$

4. ¿Considera que hasta el momento ha obtenido los resultados/ingresos/ganancias esperado/as?

Se consideran positivos los resultados ya que el negocio a mantenido sus ventas y su margen de ganancia la clientela es cada vez mayor y seguimos creciendo en cuanto a ventas y fidelidad

5. ¿Ha acudido a línea de financiamiento interno para la administración del negocio?

Hasta el momento no se tienen créditos con ningún banco o financiera, sin embargo, se manejan lo que son las compras con Tarjetas de crédito de índole personal

6. ¿Durante el proceso productivo de un lote de camisa cuál es el gasto más representativo?

La camiseta en blanco, materia prima principal representa el mayor costo, porque necesitas que sea de poliéster o mezclas especiales para sublimar.

Tintas y papel de sublimación, mano de obra y tiempo, indirectos

7. ¿Con cuántos proveedores trabaja para garantizar la calidad y el precio de la compra de lotes de camisas?

- Camisetas y textiles 2 proveedores
- Tintas de sublimación 2 proveedor
- Papel de sublimación 1 proveedor
- Otros insumos y empaques 1 proveedor
- Maquinaria y repuestos 1 proveedor

8. ¿Considera que la forma en la que ha trabaja en la contabilidad de la empresa tenido un impacto positivo en los resultados deseados?

Sí, se considera que la forma en la que se ha trabajado la contabilidad de la empresa ha tenido un impacto positivo en los resultados, ya que permite conocer con precisión los ingresos y egresos, lo que facilita medir la rentabilidad real y tomar decisiones que favorecen el crecimiento del negocio.



¡Universidad del Pueblo y para el Pueblo!



