



Diseño de un Modelo de Costos para Potenciar la Comercialización de Miel de Abeja  
Los Girasoles Cooperativa Agropecuaria Juvenil 'AGROJOVEN' de Bucaramanga.

Modalidad: Proyecto de investigación

Stephany Rodriguez Ortiz

CC 1005236039

Genesis Alessandra Vladimar Bello Arcaya

CC 1098829975

Jusleydy Alejandra Ruiz Russi

CC 1095840867

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIOECONOMICAS Y EMPRESARIALES**  
**TECNOLOGIA EN CONTABILIDAD FINANCIERA VIRTUAL**  
**BUCARAMANGA (01/11/2024)**



Diseño de un Modelo de Costos para Potenciar la Comercialización de Miel de Abeja  
Los Girasoles Cooperativa Agropecuaria Juvenil 'AGROJOVEN' de Bucaramanga.

Modalidad: Proyecto de Investigación

Stephany Rodriguez Ortiz

CC 1005236039

Genesis Alessandra Vladimar Bello Arcaya

CC 1098829975

Jusleydy Alejandra Ruiz Russi

CC 1095840867

**Trabajo de Grado para optar al título de**  
Tecnología en Contabilidad Financiera

**DIRECTOR**

Mayeth Lizeth Durán Durán

Grupo de investigación – E-Innovare

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIOECONOMICAS Y EMPRESARIALES**  
**TECNOLOGIA EN CONTABILIDAD FINANCIERA VIRTUAL**  
**BUCARAMANGA (01/11/2024)**

## Nota de Aceptación

Aprobado en cumplimiento de  
los requisitos exigidos por las  
Unidades Tecnológicas de Santander  
para optar al título de Tecnología En Contabilidad Financiera  
según acta del Comité de Trabajo de Grado Grupo de Educación Virtual  
número 16 del día 01 del mes de Noviembre del año 2024



---

Firma del Evaluador



---

Firma del Director

## DEDICATORIA

Este trabajo de grado es dedicado especialmente a Dios por la oportunidad brindada y por permitirme culminar de manera satisfactoria esta meta trazada.

A mi padres y abuelos por su amor y apoyo incondicional que fueron pilar fundamental para el desarrollo de este proyecto, y, a cada una de las personas presentes que han hecho posible este logro.

Así mismo es dedicado a ese ser que me acompañó durante muchos años y en esta etapa de mi vida, que, aunque ahora no está indudablemente sus ladridos y lamidos durante las largas noches de estudio y cansancio fueron de gran motivación; te recordare con cariño y gratitud.

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a los docentes y compañeros de estudio quienes brindaron conocimientos, aprendizajes e intereses de trabajo. Así mismo a las Unidades Tecnológicas de Santander por la oportunidad de estudio por medio de una beca entre los años 2021 a 2024. Este proyecto de investigación no habría sido posible sin el apoyo de la Cooperativa Agropecuaria Juvenil 'AGROJOVEN' y su equipo de trabajo por otorgarnos el tiempo y cooperación en la información necesaria para llevar a cabo el material que logramos presentar en el proyecto.

Además, un especial reconocimiento a nuestros padres, abuelos y pareja que nos apoyaron emocional y económicamente en el transcurso de la carrera, que sin ellos no habríamos podido sobrellevar las dificultades y adversidades que se nos presentaron por el camino. Finalmente, por los consejos y asesorías de Alexander Gallego las cuales fueron fundamentales para llevar a cabo la elaboración del trabajo.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>10</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>11</b>
<b>1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>12</b>
<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>12</b>
<b>1.2. JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>14</b>
<b>1.3. OBJETIVOS.....</b>	<b>15</b>
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	15
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	15
<b>1.4. ESTADO DEL ARTE .....</b>	<b>15</b>
<b>2. MARCO REFERENCIAL.....</b>	<b>24</b>
<b>2.1. MARCO TEORICO .....</b>	<b>24</b>
<b>2.2. MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>31</b>
<b>2.3. MARCO LEGAL .....</b>	<b>35</b>
<b>3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>37</b>
<b>4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO.....</b>	<b>39</b>
<b>4.1. Analizar la estructura actual de costos de la Cooperativa “AGROJOVEN”,     para diagnosticar debilidades y oportunidades en la producción y     comercialización del producto en el mercado. ....</b>	<b>39</b>
<b>4.2. Identificar las áreas estratégicas de “AGROJOVEN” para reducir costos,     con el fin de aumentar la productividad y competitividad de la marca miel "Los     Girasoles.....</b>	<b>42</b>

<b>4.3. Diseñar un sistema de costos que incluya una estructura de precios competitiva y rentable, considerando los costos variables y fijos, así como los márgenes de ganancia necesarios para garantizar la viabilidad económica de la Cooperativa. ....</b>	<b>43</b>
<b>5. RESULTADOS .....</b>	<b>45</b>
<b>5.1. OBJETIVO 1.....</b>	<b>45</b>
5.1.1. SOBRE EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN .....	45
5.1.2. ESTRUCTURA DE LA COOPERATIVA .....	45
5.1.3. PRODUCTO Y MARCA.....	46
5.1.4. PRECIOS DE COMERCIALIZACIÓN.....	47
5.1.5. ENCUESTA SOBRE MANEJO DE COSTOS ACTUALMENTE .....	48
5.1.6. ANALISIS DE LA ESTRUCTURA ACTUAL DE COSTOS.....	49
5.1.7. ESTRATEGIA ACTUAL DE VENTAS.....	50
5.1.8. ESTRATEGIA DE REDUCCION DE COSTOS .....	51
<b>5.2. AREAS ESTRATEGICAS PARA MEJORAR LA INTRODUCCION AL MERCADO .....</b>	<b>54</b>
<b>5.3. DISEÑO DE ESTRUCTURA DE COSTOS PARA MEJORAR LAS CONDICIONES DE LA COOPERATIVA .....</b>	<b>57</b>
5.3.1. PROPUESTA DE MEJORA DE IMAGEN.....	57
5.3.2. PROPUESTA DE PRECIOS COMPETITIVOS .....	59
<b>6. CONCLUSIONES.....</b>	<b>62</b>
<b>7. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>63</b>
<b>8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>64</b>
<b>9. ANEXOS .....</b>	<b>69</b>

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Diagrama de flujo. ....	38
Figura 2. Estructura de la Cooperativa AGROJOVEN. ....	46
Figura 3. Miel Los Girasoles AGROJOVEN. ....	47
Figura 4. Preguntas encuesta. ....	69
Figura 5. Preguntas encuesta. ....	69
Figura 6. Preguntas encuesta. ....	70
Figura 7. Preguntas encuesta. ....	70

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Marco legal de las cooperativas.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 2. Modelos de costos investigados.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 3. Identidad de Marca.....	46
Tabla 4. Precios de comercialización.....	47
Tabla 5. Estructura actual de costos de la Cooperativa “AGROJOVEN”. .....	<b>¡Error!</b>
<b>Marcador no definido.</b>	
Tabla 6. Margen de ganancia.....	41
Tabla 7. Estrategia de ventas.....	50
Tabla 8. Diagnóstico de la Miel. ....	52
Tabla 9. Estrategias para mejorar el mercado. ....	54
Tabla 10. Cambio de presentación. ....	58
Tabla 11. Costos modificados.....	59
Tabla 12. Error en los precios del producto.....	59
Tabla 13. Ajuste al valor de venta. ....	60
Tabla 14. Nueva estructura de costos.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 15. Margen de ganancia.....	61

## RESUMEN EJECUTIVO

La Cooperativa AGROJOJEN es una organización de derecho privado que pertenece al régimen de las organizaciones de la economía solidaria, que viene desarrollando su actividad productiva alrededor de la producción de miel de abeja por medio de la comercialización de la marca “Miel los Girasoles”, sin embargo, no cuenta con un sistema de costos que le permita mejorar la competitividad y conocer los costos y gastos relacionados con su actividad.

Para solucionar esta problemática se propone analizar como ha venido trabajando la cooperativa su estructura actual de costos donde se pueda realizar un diagnóstico de debilidades y oportunidades, que den como resultado las áreas estratégicas a fortalecer y se logre presentar una propuesta para un modelo de costos que permita mejorar la competitividad de “Miel Los Girasoles en el Mercado”. Para lograrlo se aplicó una metodología exploratoria que ubicara referentes teóricos y bibliográficos de experiencias en procesos de construcción de sistemas de costos, que desde un enfoque cualitativo genere las perspectivas que le sirven a la cooperativa para fortalecer su dinámica actual y con ello realizar la propuesta de modelo. A partir de allí se reconocieron varias falencias, tanto en el precio actual, como en el posicionamiento de la imagen para lo cual se presentó una propuesta que en el sistema de costos mejorara el margen de ganancias en un 10,97%.

**PALABRAS CLAVE.** Sistema, Costos, Cooperativa, Contabilidad, Producto.

## INTRODUCCIÓN

Los sistemas de costos han permitido a las empresas mejorar su competitividad en el mercado, obteniendo resultados que les permiten hacer un seguimiento a los procesos productivos y tomar las mejores decisiones en los asuntos contables (Vanegas, 2022). En el caso de los productos que se desarrollan en cooperativas, estos podrían ser variados dependiendo de la actividad que desarrollen sus asociados donde no necesariamente deben estar dedicados a una sola actividad, lo cual indica la necesidad de utilizar herramientas efectivas como sistemas de costos que permitan identificar cada uno de los valores asociados para cada producto o servicio.

En el caso de la Cooperativa AGROJOVEN que se encuentra conformada por jóvenes que producen miel de abeja en las veredas de los corregimientos 1 y 2, han tenido dificultades para identificar los costos que tiene la producción de la miel y en función de ello poder tener precios que se encuentren acordes a la realidad del mercado, es por ello que esta investigación busca identificar a partir de las diferentes experiencias, como el fortalecimiento de su modelo de costos puede brindar mejores condiciones de competitividad y márgenes de ganancias.

Con el desarrollo de las actividades propuestas, se logró identificar que los precios con los que venía trabajando no se encontraban ajustados a una medida estándar y su posicionamiento en imagen no se encontraba direccionado en su marca sino en el nombre de la cooperativa y que, además el modelo de costos por absorción que venía utilizando debía modificarse para dinamizar la nueva estrategia para mejorar la rentabilidad del producto.

## 1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El sector apícola ha tenido un crecimiento superior al 40% desde el 2020 en su capacidad productiva, llegando a más de 7 toneladas registradas que son producidas por al menos 200 mil colmenas, sin embargo solo cubre la cuarta parte de su demanda interna, lo que indica la necesidad de impulso del sector (Rodríguez, 2023). En esa economía alrededor de la miel se encuentra la Cooperativa Multiactiva Juvenil Agropecuaria de Bucaramanga AGROJOVEN, que pertenece al sector de la economía solidaria, ubicada en el corregimiento 1 Vereda Vijagual del municipio de Bucaramanga y agremia 11 jóvenes entre 14 y 28 años, para desarrollar un proyecto de apicultura que tiene su propia marca de miel llamada “Los Girasoles”, la cual se distribuye a través de ventas directas o en línea, sin embargo la cooperativa no cuenta con un sistema de costos que le permita conocer cuáles son los gastos totales que tiene su producto desde el inicio de la producción, hasta la llegada al consumidor, debido a la falta de conocimiento y capacitación sobre herramientas que permitan organizar estos factores que intervienen en la organización de las finanzas y retorno de la inversión en el proceso agropecuario.

Ante esta problemática presentada, es importante que se desarrolle un sistema de costos que le permita a la organización fortalecer su política de comercialización y se proyecte hacia la diversificación de su portafolio de bienes y servicios con valores soportados por los diferentes costos que hacen parte del proceso de producción y se lleven sistematizados de manera que puedan modificarse de acuerdo a las realidades de su entorno. Para resolver esta situación se plantea la siguiente pregunta de dónde partirá la investigación ¿Qué impacto genera el diseño de un sistema de costos para el aumento de la producción de miel de abeja “Los

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO  
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 2.0

Girasoles” de la Cooperativa Multiactiva Juvenil Agropecuaria de Bucaramanga  
AGROJOVEN?

## 1.2. JUSTIFICACIÓN

Los sistemas de costos son claves para las organizaciones debido a que estos determinan los costos de producción, además aportan a la rentabilidad que estos dejan a partir de la actividad productiva, si como la determinación de las áreas más efectivas y eficientes (Castro, 2020), sin embargo las empresas pequeñas que se encuentran en el sector de las privado y el sector solidario tienen dificultades para sobrevivir en el mercado debido a deficiencias en el manejo de su actividad financiera (Dini, 2020). Parte de esta realidad es la que vive la cooperativa multiactiva juvenil agropecuaria de Bucaramanga AGROJOVEN quien posee un portafolio de servicios de sector apicultura donde se encuentra una marca de miel llamada “Los Girasoles” la cual ha estado en el mercado desde el año 2022, sin embargo, no tiene un sistema de costos que permitan clarificar los costos de producción y estimar el crecimiento en ventas y excedentes.

Entendiendo a la necesidad de vincular a las Unidades Tecnológicas de Santander en la creación de oportunidades para los jóvenes que tienen proyectos productivos y se encuentran en la ruralidad, como sucede en el caso de la cooperativa AGROJOVEN, se plantea la necesidad de proponer un sistema de costos que fortalezca su actividad económica e impulse hacia la diversificación del portafolio de servicios, asegurando de esta forma el bienestar de los asociados y promoviendo una cultura de organización en los asuntos financieros que corresponden a sus productos, dejando insumos para trabajar en futuras estrategias que fomenten buenas prácticas en los sistemas de costos y surjan del Grupo de Investigación E – Innovare de la facultad de ciencias socio económicas y fortalezca la experiencia de los estudiantes en el sector de las economía solidaria, popular y comunitaria como una nueva categoría de mercado.

### **1.3. OBJETIVOS**

#### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un modelo de costos efectivo que fortalezca la capacidad de comercialización de la miel de abeja “Los Girasoles”, con el fin de incrementar su presencia en el mercado y asegurar su sostenibilidad económica a largo plazo.

#### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Analizar la estructura actual de costos de la Cooperativa “AGROJOVEN”, para diagnosticar debilidades y oportunidades en la producción y comercialización del producto en el mercado.

Identificar las áreas estratégicas de “AGROJOVEN” para reducir costos, con el fin de aumentar la productividad y competitividad de la marca miel "Los Girasoles.

Diseñar un sistema de costos que incluya una estructura de precios competitiva y rentable, considerando los costos variables y fijos, así como los márgenes de ganancia necesarios para garantizar la viabilidad económica de la Cooperativa.

Capacitar al personal de la cooperativa AGROJOVEN en técnicas de gestión financiera y optimización de costos, impulsando la comercialización de la marca de miel "Los Girasoles" logrando estrategias efectivas para el crecimiento organizacional.

### **1.4. ESTADO DEL ARTE**

En el siguiente estado del arte se destaca por la identificación de trabajos e investigaciones realizadas alrededor de la construcción y diseño de sistemas de costos para empresas que buscan abrirse a nuevos escenarios de potencialización de su mercado e incremento de capitales de inversión, lo cual resulta óptimo frente

a las necesidades que esboza la problemática presentada. Sobre la base de ello, se mencionan los siguientes antecedentes:

Soto (2023), desarrollo una investigación con el fin de avanzar en los procesos de implementación de un sistema de costos que se enfocó en el fortalecimiento de la organización empresarial denominada Estampados Freda S.A.S. la cual ofrece sus servicios en el sector de las confecciones del Área Metropolitana de Bucaramanga, pero que al ser una pequeña empresa no contenía procesos de determinación de costos de producción esquematizados que le permitieran evaluar la forma en la cual ha venido ofreciendo sus servicios al público, lo cual determino una necesidad clave para el fortalecimiento de su esquema de trabajo y le dé una mejor perspectiva a su política financiera.

Gomez (2022) realizo un estudio para la elaboración de un sistema de costos que se enfoca en las empresas pequeñas y medianas del sector de las confecciones que se encuentran ubicadas en el municipio de Bucaramanga, donde se identificó que estas empresas no poseen modelos de costos que le ayuden a fortalecer su gestión organizacional y una ausencia en los procesos de acompañamiento institucional para su fortalecimiento, con la distinción de que estas organizaciones en su gran mayoría fortalecen las economías familiares de sectores populares y se encuentran manejadas mayoritariamente por mujeres cabeza de hogar.

Gomez (2022b) se trabajó alrededor de un proceso de implementación de un sistema de costos que se aplicara a la empresa Spect Medicina Nuclear S.A.S. debido a la deficiencia que presento en su diagnóstico en relación a la maximización de sus utilidades, debido a su debilidad interna en la ausencia de una herramienta financiera para tal fin. Es decir que este proceso vinculo directamente a la estructura

organizativa quien suministro la información que fue tabulada en un instrumento que realizo la comparación y el porcentaje de ganancia que finalmente se tiene con su portafolio de servicios corporativos.

Pico (2020) estableció bajo su investigación un diseño para la implementación de un modelo de costos tipo ABC que se pueda llevar a ejecución en la empresa del sector de las Pymes denominada Taller Unidos LTDA que ejerce sus actividades económicas en la industria de la manufactura y se encuentra ubicada en la ciudad de Barrancabermeja. Esta actividad se desarrolló con el fin de promover un esquema de trabajo alrededor de los costos que le permita a la empresa ingresar a nuevos procesos competitivos en el mercado y optimizar esfuerzo a través de la puesta en marcha de herramientas financieras que potencien su dinámica administrativa y mejore los resultados económicos.

Ante el nuevo panorama de la economía popular alrededor de la soberanía alimentaria, Romero (2021), elaboro una investigación que tuviera como resultado el diseño de un sistema de costos aplicable para un huerta orgánica la cual se encuentra ubicada en el municipio de Piedecuesta en el departamento de Santander. A partir de allí se enfocaron en la estructuración de un modelo de costos para la producción de pepino cohombro bajo el cual se logre establecer de manera clara cuales son los costos fijos, variables, directos e indirectos que se encuentran alrededor de la dinámica productiva de la huerta, con el fin de que se identifique su utilidad, con el antecedente de que no se venían realizando dichos procesos debido a la ausencia de herramientas y conocimientos para realizar un modelo de costos.

También se pueden encontrar antecedentes que ayudan a fortalecer las experiencias en el manejo de los sistemas de costos como se muestra a continuación:

NOMBRE DEL DOCUMENTO	DESCRIPCION	AUTOR/ AÑO	ENLACE
<b>Implementación de un Sistema de costos para la empresa WomanshopBGA Fortalecimiento empresarial</b>	<p>El trabajo de investigación se basó en el análisis de las condiciones que tiene la empresa WomanshopBGA para trabajar el sistema de costos, donde el diagnostico arrojó que no existe una actividad técnica sino un aprendizaje empírico que ha dificultado conocer los valores relacionados con la utilidad final de los productos y los servicios que componen la actividad económica de la organización.</p>	<p>(Castro, 2020)</p>	<p><a href="https://n9.cl/1dy1t">https://n9.cl/1dy1t</a></p>

---

**Propuesta de  
sistema de  
costos para la  
empresa  
Soluciones y  
Suministros  
Técnicos**

Al realizar una investigación sobre el estado interno del sistema de costos de la empresa Soluciones y Suministros Técnicos SYSTI S.A.S, se encontró que la empresa no tiene como prioridad el seguimiento riguroso de los costos de la compañía, a pesar de encontrarse en un mercado que es altamente competitivo. En la solución a los problemas que ubica la empresa, se ha decidido implementar un modelo de sistema de costos ABC donde se le agregue valor a cada una de las actividades que realmente hacen parte de la cadena de valor.

(Gonzalez, 2023) <https://n9.cl/vdg68>

---

Para el aumento de la generación de valor en los productos y servicios de la empresa Miguel Martin y Cla S.A.S se ha desarrollado una investigación interna en la organización que permitirá evaluar la pertinencia que tiene un sistema de costos con el cual se le contribuya al fortalecimiento de la calidad en la cadena productiva. Este proceso dio como resultado la necesidad de implementar un modelo de costos por actividades con el que se identifique el margen de contribución, modificación de los precios de venta y los puntos de equilibrio de los productos.

**Implementación de un sistema de costos para la empresa Miguel Martin y Cla S.A.S**

(Bedoya, 2019) <https://n9.cl/zfgdfn>

---

---

<b>Sistema de costos por procesos de producción para la empresa Master Fibra de la ciudad de Ambato.</b>	En el desarrollo de la investigación que tiene como objeto el análisis de los procesos internos de la empresa Master Fibra se descubrió que las actividades empíricas para identificar los costos de los servicios que ofrece ha impedido tener un manejo organizacional más eficiente, lo cual ha generado en algún punto de las actividades la discriminación de costos en actividades que representan perdidas y no se han logrado vincular a instrumentos que permitan calcular las ganancias netas que se puedan obtener de las actividades con las cuales desarrolla su objeto la organización.	<a href="https://n9.cl/6zg41b">https://n9.cl/6zg41b</a> (Guevara, 2020)
--	---	---

---

---

<b>Implementación de un sistema de costos para la empresa Soldimontajes Diaz Ltda.</b>	<p>La empresa Soldimotajes Diaz Ltda., con el tiempo ha tenido que ir mejorando la presentación de su portafolio de servicios, toda vez que el sector donde se encuentra ubicado en la industria se ha convertido cada vez más competitivo, haciendo que preste mayor atención a los costos y las erogaciones económicas, que exige mayor información de las actividades que componen su dinámica productiva, para ello se ha propuesto diseñar un sistema de costos por actividades que le mejore la eficiencia de trabajo y otorgue una mayor precisión a su proceso de costos.</p>	<p><a href="https://n9.cl/04teeu">https://n9.cl/04teeu</a></p> <p>(Viancha, 2018)</p>
--	---	---

---

Fuente: Elaborada por el Autor.

Esta revisión permite identificar las diferentes experiencias bajo las cuales se registra la implementación de modelos de sistemas de costos para empresas, partiendo de la necesidad para mejorar la competitividad y la introducción al mercado de sus bienes y servicios. Reconociendo la implementación de estos sistemas como una herramienta de organización y solución a las dificultades de la contabilidad y finanzas.

En cada uno de los casos que se encontraron, se identificó que uno de los problemas comunes es la implementación de conocimientos empíricos para llevar la contabilidad de los sistemas de costos. Algunas de las empresas analizadas utilizan sistemas de seguimiento para los costos con herramientas informáticas que en muchos casos se encuentran desactualizadas y en otras se han implementado modelos de software para mejorar su efectividad.

## 2. MARCO REFERENCIAL

Luego de realizar una revisión exhaustiva de diversos autores que ya han abordado anteriormente el tema de realización y diseño de modelos de costos en el departamento de Santander, se tomarán en consideración diferentes categorías y variables que resulten importantes para la investigación que se pretende desarrollar, las cuales son las siguientes:

### 2.1. MARCO TEORICO

#### **Marco histórico del cooperativismo:**

El modelo cooperativista está centrado en un proceso de organización empresarial que se basa en unos principios que definen la actividad económica alrededor de la solidaridad, la democracia y la autogestión. Este modelo económico ha surgido históricamente como una respuesta a las necesidades económicas y sociales de las comunidades que ejercen una resistencia al modelo capitalista que se ha desarrollado de manera tradicional (Granados, 2021).

Estas organizaciones a diferencia de las empresas privadas con ánimo de lucro, no ponen en el centro de la dinámica de trabajo las condiciones de vida de los miembros asociados a la organización, así como las comunidades que habitan alrededor del área de incidencia haciendo que se fortalezca la consolidación del territorio.

A través de la historia se ha reconocido que el movimiento cooperativo tiene sus raíces en los inicios de conformación de las sociedades en actividades como el trueque, la mano cambiada, la minga, entre otras actividades, sin embargo oficialmente se registra un fuerte impulso a partir de la Revolución Industrial en el siglo XIX, de manera particular en Europa, donde se dio el primer fenómeno que se

denominó como la Sociedad de Pioneros de Rochdale que se fundó en 1844 en Inglaterra, donde existió el primer modelo cooperativo que permitió a los trabajadores del sector textil ser dueños de los medios de producción de manera democrática (Vanegas, 2022).

En el marco histórico, las cooperativas nacieron como una propuesta frente a la lógica de explotación capitalista del hombre por el hombre en las condiciones precarias de la época, por lo tanto estas primeras cooperativas tuvieron como fin el aseguramiento de los bienes básicos con precios justos y mínimas condiciones de trabajo de manera digna, asumiendo que este modelo económico se posiciona como una cultura organizativa y que tiene unos principios rectores alrededor de la solidaridad, la democracia participativa, la autogestión e independencia y la formación, educación e información, así como el compromiso social con la comunidad lo cual genera una alternativa real de impacto en el desarrollo económico y social.

Las cooperativas han demostrado a través de la historia que son una propuesta efectiva de inclusión financiera y que además se fomenta el desarrollo sostenible con impacto en las comunidades y que ha encontrado una importante incidencia en sectores como la agricultura, porque le permite a los productores acceder a mercados, así como recursos económicos.

Según la Asociación Nacional de cooperativas, en Colombia actualmente se cuenta con una presencia de al menos 3104 que se encuentran registradas y activas hasta el mes de diciembre del año 2021, las cuales se tienen un número de afiliados de 6,3 millones un impacto alrededor de 23 millones de personas, donde encuentran cabida en el manejo de recursos, el fomento de la educación, la

prestación de los servicios de salud, los programas de recreación y otros sectores como la agroindustria y la prestación de servicios (Ascoop, 2023).

### **Evolución histórica de los sistemas de costos:**

En la historia se contempla que para los asuntos de la contabilidad se tenía un enfoque especial en el registro de transacciones financieras, por lo que este fuera un factor determinante para establecer los costos de la producción que solo contemplara los costos alrededor de los materiales y la mano de obra, sin embargo esto fue cambiando debido al crecimiento de la industrialización lo cual obligo a reconocer otros métodos que abordaran la capacidad productiva, que luego a principios del siglo XX el desarrollo de la dinámica económico obligo no solo a reconocer las materias primas y los materiales, sino también aquellos costos indirectos en la producción, lo cual fue destacando mejores resultados financieros, que final mente lograron identificar metodologías apropiadas para las actividades y procesos inmersos en las cadenas productivas los cuales en la actualizad se optimizan con el uso de sistemas tecnológicos (Gutierrez, 2020).

### **Clasificación de los costos**

En la clasificación de los sistemas de costos según su denominación, se pueden encontrar dos categorías claves para identificar las condiciones óptimas de utilidad (Horngren et al., 2021), los cuales pueden versen en los costos fijos y variables de la siguiente forma:

- **Costos fijos:** Conociéndose como todos aquellos que varían en función de la producción o crecimiento de las ventas, que además se incurren independientemente de las actividades económicas de la empresa, expresándose en el pago de arriendos, los salarios, los gastos de publicidad y marketing.

- **Costos Variables:** Son aquellos relacionados con el nivel de la producción y ventas y son incurridos en función de la actividad que realizan las empresas como los costos de materiales, la mano de obra y los envíos de los bienes.

### **Modelos de Costos y Aumento de la Productividad**

En otros estudios se ha identificado el rol protagónico que juegan los modelos de costos como instrumento para mejorar los procesos de mejora continua en la estructura financiera de las empresas, que entre otras cosas puede verse reflejado en la relación costo-beneficio y con ello mejorar las condiciones de calidad en la cual se desarrolla, así como en su competitividad (Gamez & Bejarano 2021).

- **Sistemas de Costos por absorción**

Bajo este modelo se asignan costos indirectos a los productos y servicios incluyendo los que se encuentran en categorías de fijos o variables, este modelo se ha convertido en el más común para la asignación de los costos indirectos (Choque, 2022).

- **Sistema de Costos Variables**

Con la aplicación de este modelo se le asigna únicamente los costos variables a los productos y servicios que ofrece una organización, discriminando los costos fijos, lo cual resulta oportuno para las empresas que tienen una oferta variada de productos y servicios y se requiera la asignación de los costos de manera precisa.

- **Sistema de Costos Basado en Actividades (ABC)**

Con el modelo de costos basado en actividades (ABC) se le da valor a las actividades que generan valor para los clientes, haciendo que el enfoque sea más flexible que los sistemas de costos que se utilizan tradicionalmente (Torres, 2022).

## - **Sistema de costos Lean Manufacturing**

Con el modelo Lean para aplicación en costos se hace una eliminación de las actividades depreciables o costos no valorizados con el fin de generar un proceso de optimización (Arango & Carvajal, 2023).

## **Diseño de los Sistemas de Costos**

Dentro del análisis de sistemas de costos se pueden encontrar como efectivas herramientas que permiten medir, analizar y controlar los costos que se encuentran asociados a todas las operaciones que se enmarcan en producción de una empresa. Por lo tanto, los sistemas de costos en su diseño deben encontrarse alineados con los objetivos estratégicos que tenga trazados en el esquema organizacional, haciendo que la toma de decisiones para monitorear el objetivo sea mucho más rigurosa.

Además, se encuentra que la eficiencia que estos presenten, están directamente relacionados con una recopilación de datos donde ubique de manera acertada los costos directos e indirectos que hacen parte de las actividades económicas, siendo esto crucial para identificar la rentabilidad (Blocher, Stout, & Cokins, 2020).

Los tipos de sistemas tienen como referencia los modelos por costeo de órdenes y costeo por procesos, Para las empresas que producen bienes personalizados le es más útil trabajar modelo por órdenes, mientras que se pueden encontrar empresas donde se producen bienes homogéneos (Xianjie et al., 2022).

## **Antecedentes de los Sistemas de Costos por Actividades**

Sanchez (2021), menciona que a partir de los años 70 comenzaron a aparecer publicaciones sobre Costeo Basado en Actividades y no se encontraron mas resultados hasta después de los años 80 cuando se fortaleció la incidencia de

informática en el manejo de la información contable lo cual mejoro su manejo. Cuando se convierte en tendencia a mediados de los ochentas Cooper Robin y Kaplan Robert fueron sus primeros promotores aludiendo que todo costo de un producto depende de las actividades que se deben realizar para su fabricación, venderlo y sumarle las materias primas.

Con este modelo de costos se puede realizar una medición del costo y desempeño que tienen las actividades, que se refleja en el uso de los recursos, esto le aporta organización y un esquema efectivo que genera márgenes de utilidad más precisos.

Bajo el modelo de costos ABC se pueden realizar análisis integrales que puedan relacionar las actividades, los procesos, así como la relación con los clientes, los catálogos de productos, la cadena de valor y los canales de distribución, los puntos de venta, la segmentación del producto, ya que los sistemas que se diseñaron inicialmente cumplían una función de organización de inventarios y tenía imprecisiones cuando se establecía solo la aplicación interna lo cual no garantiza el aumento de la competitividad, por lo cual se deja claro que “El sistema de costos basado en actividades, se basa en basa en la generación de costos que producen el desarrollo de las actividades” (Ruiz, 2021).

### **Análisis sobre los modelos de los sistemas de costos**

Cuando se habla de los sistemas de costos, se debe reconocer estos como unas herramientas fundamentales para el fortalecimiento de los proyectos productivos que lideran tanto las empresas del sector privado, como aquellas organizaciones que hacen parte de la economía solidaria como las cooperativas, que tienen una fuerte influencia en los procesos de participación de comunidades campesinas. Según la teorización de (Hernández, 2022) se reconocen los sistemas de costos

como todo un conjunto de procedimientos y técnicas bajo las cuales se permite medir, identificar y asignar costos que se encuentran relacionados con la producción, toda vez que permita determinar costos reales de productos o servicios y mejorar las tomas de decisiones.

Para aportar a la consolidación de modelos efectivos de sistemas de costos se debe reconocer los procesos contables como parte del proceso de identificación para la comunicación asertiva de la información financiera de las organizaciones, toda vez que este proceso se configure como indispensable para alimentar el seguimiento de la contabilidad financiera (Jiménez, 2023a).

Además, en el modelo cooperativo los sistemas de costos pueden generar importantes impactos alrededor de la gestión eficiente de los recursos, desarrollo de estrategias clave para el posicionamiento y la competitividad en el mercado, así como la mejora en la toma de decisiones de manera informada donde se determinen las futuras inversiones que se pueden dar con los proyectos productivos, además lo relacionado con los procesos de transparencia y rendición de cuentas para los afiliados.

El autor (Paredes, 2022) también afirma que los sistemas de costos son los instrumentos que para las cooperativas productivas, les ayuda a fortalecer su capacidad de inserción en el mercado, que permite mejorar las condiciones de impulso para los proyectos productivos que se manejan en el campo productivo.

Desde otros estudios como el realizado por (Eslava, 2022) afirman que los sistemas de costos funcionan como la suma de partes que dan un funcionamiento independiente, pero que de manera conjunta le apuntan a lograr el cumplimiento

de las necesidades específicas de una organización desde el punto de vista financiero.

Estos sistemas de costos le permiten a las organizaciones apuntar hacia la correcta toma de decisiones, mejorando la conducta de la estructura organizativa para el control y la coherencia del sistema (Palacio et al. 2023).

## 2.2. MARCO CONCEPTUAL

### **Cooperativismo**

Barrera (2023), el cooperativismo es un modelo socioeconómico que se basa en la colaboración y el trabajo colectivo, donde los miembros de la organización trabajan de manera cooperativa para lograr beneficios comunes y satisfacer sus necesidades para alcanzar el bienestar. Estas organizaciones se rigen bajo los principios de igualdad, autogestión, solidaridad, donde se promueve la participación democrática de sus miembros en las tomas de decisiones.

### **Costos por proceso**

Duarte (2021), se encuentra dentro de las categorías de los sistemas de costos y consiste en reconocer como base de acumulación todos los diferentes departamentos o espacios de actividad con los que se cuente en una empresa para el desarrollo de los bienes y servicios.

### **Economía Social y Solidaria**

Razeto (2020), se trata de un modelo económico que se presenta como alternativa al modelo capitalista, prioriza la cooperación, la equidad y la sostenibilidad por encima del ánimo de lucro, promoviendo valores de inclusión

social y bienestar colectivo. Bajo esta dinámica las empresas se gestionan de manera democrática con enfoque en justicia social y responsabilidad ambiental.

### **Gestión Financiera**

Yepes (2023), la gestión financiera es un procedimiento por medio del cual las organizaciones y entidades pueden realizar planificación, organización, control y monitoreo de los resultados financieros con el fin de que se alcancen los objetivos estratégicos fijados para el rendimiento económico y productivo. En esta mirada holística del manejo de la gestión de finanzas se encuentra la evaluación de los riesgos y control de costos, para que se ejecute una planificación de flujo efectivo.

### **Información Contable**

Alcivar (2020), es una herramienta que permite la determinación de los recursos que se utilizan para las actividades económicas de una organización, así como sus obligaciones fiscales y los resultados de las operaciones financieras que realiza la empresa o entidad, ya que con esto se le permite mejorar las condiciones de planeación, organización y la administración de la estructura organizativa y su esquema legal.

### **Modelos de Gestión en las Organizaciones**

Según lo trabajado por Elton Mayo desarrollaron el modelo de gestión de talento humano, que se encarga de promover las relaciones humanas. Cuando las organizaciones requieren mejorar la eficiencia, es pertinente fijar el interés en la corrección de los procesos internos donde se encuentra la gestión organizativa.

### **Productividad**

Moreno y Cárcamo (2024), la productividad es un concepto que se ubica en la productividad cuando se requiere saber la eficiencia con la cual son utilizados los

diferentes recursos de una empresa para la generación de bienes y servicios, donde se logren optimizar en términos de tiempo, mano de obra, capital, toda vez que esto contribuya al crecimiento de la producción.

### **Panorama de la industria de la miel de abeja en Colombia**

La apicultura es una actividad creciente en la dinámica económica agropecuaria, no solo porque los estudios demuestran que el país solamente produce el 20% de la miel que se consume, sino también, por los efectos positivos que este cultivo genera en términos de servicios de polinización el sector agropecuario que desarrolla la producción alimentaria de las grandes ciudades. Además de reconocer que Colombia tiene una gran potencia de biodiversidad y riqueza de suelos para desarrollar la apicultura como actividad productiva concentrando la producción en regiones como Santander, Boyacá, Valle del Cauca, Cundinamarca, Tolima, donde se encuentran ubicadas al menos 115.000 colmenas contando con una producción de 3.500 toneladas de miel que representan en gran medida el consumo interno (C. Granados, 2022).

### **Planificación Estratégica**

La planificación estratégica es un proceso mediante el cual las organizaciones definen sus líneas estratégicas, con objetivos y acciones clave para alcanzarlo, donde se consideran sus recursos internos como el entorno en el cual se desarrolla.

### **Sistemas de costos**

El sistema de costos es la articulación de un conjunto de métodos, procedimientos y técnicas que se utilizan en una organización con el fin de que se logre calcular y controlar los diferentes costos de producción que se tienen alrededor de la oferta de bienes y servicios. Con esta herramienta se puede lograr que las organizaciones conozcan el costo que tiene la fabricación de sus productos,

así como de las materias primas utilizadas en el proceso y lo que se requiere para que este finalmente llegue al cliente (León, 2023).

### **Sostenibilidad Económica**

Se trata de la capacidad de una empresa, entidad u organización para la gestión de recursos financieros y operativos, de manera que se maneje una eficiencia y garantía en la rentabilidad, así como el crecimiento en periodos estratégicos definidos por su directiva. Esto implica también el reconocimiento e incidencia en entornos sociales y la responsabilidad ambiental como gran pilar (N. Sanchez, 2022).

### **Teoría de contabilidad**

La contabilidad se destaca por realizar los procesos que tienen que ver con la identificación de los canales de comunicación de la información financiera de una organización empresarial, es por esta razón que los sistemas de costos se constituyen como herramientas indispensables para la generación de información confiables que retroalimenta la contabilidad financiera de una empresa (Viancha, 2019).

### **Teoría del control**

Desde las perspectivas de la contabilidad administrativa se describe la categoría actual como una época de complejidades económicas para la armoniosa administración de los recursos, debido a que se hacemos escaso cumplir con las condiciones para avanzar en la acumulación de capital e inversión para el crecimiento, lo cual requiere de estrategias para el aseguramiento de la calidad y sistemas de control exigentes que conduzcan a la eficiencia. Es decir que el control hace parte integral de los sistemas de costos para el desarrollo de las actividades misionales (Viancha, 2019).

## Tipos de sistemas de costos

En la teoría sobre la fundamentación de los sistemas de costos se pueden encontrar diferentes tipos que obedecen a las necesidades productivas de las organizaciones, entre estos se encuentran unos de uso más común como el costeo por órdenes de producción que dependen de los pedidos y ordenes realizadas por sus colaboradores y clientes, también se encuentra el costeo por procesos que define el esquema para la elaboración de los productos durante un periodo determinado, como también se encuentra el costeo por actividades ABC el cual pretende la asignación de los costos indirectos, el cual es eficiente cuando se tienen varios productos y servicios por parte de la organización (Jiménez, 2023b).

## 2.3. MARCO LEGAL

### Regulación de cooperativas en Colombia

Tabla 1. Marco legal de las cooperativas.

Ítem	Regulación	Descripción
1.	<b>Ley 79 de 1988</b>	Es parte de la columna vertebral del compendio normativo de las cooperativas en Colombia y dicta medidas alrededor de la organización, funcionamiento y supervisión de las cooperativas, donde aplican sus características, principios y ámbito de actuación.
2.	<b>Ley 454 de 1998</b>	Esta regulación se entiende como una actualización del marco legal en el sector solidario, consolidando las

		bases del sistema de economía solidaria y le da una estructura con funciones las entidades como la Superintendencia de Economía Solidaria y el Fondo de Garantías de Entidades Cooperativas.
3.	<b>Decreto 4588 de 2006</b>	Por medio de la cual se estableció la regulación de las Cooperativas de Trabajo Asociado, donde se priorizan los principios y normas específicas, con el cual se aseguran los derechos de los trabajadores.
4.	<b>Ley 2069 de 2020</b>	Por medio de la cual se establece un impulso al emprendimiento alrededor de la flexibilización del impulso al cooperativismo y las organizaciones solidarias, donde se reduce el número de integrantes para la conformación de cooperativas.
5.	<b>Art. 58 y 333 de la constitución política</b>	Establece los principios y fines de la economía solidaria en Colombia.

Fuente: Elaborada por el autor.

### 3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

#### TIPO DE INVESTIGACION

Para el desarrollo de los objetivos planteados en la presente investigación, se desarrolló una metodología de tipo descriptiva, que planteara una revisión de los procesos y antecedentes actuales que se encuentren en revistas especializadas, repositorios universitarios, que tengan experiencias alrededor de la construcción y diseño de estructuras de sistemas de costos y que puedan tener similitud en las necesidades que surjan del diagnóstico en el manejo del sistema de costos que tiene la Cooperativa Multiactiva Juvenil Agropecuaria de Bucaramanga “AGROJOVEN” como un caso puntual de estudio, con el fin de que este paso visualice las debilidades y oportunidades para la producción y comercialización de la miel de abeja y su introducción en el mercado.

#### ENFOQUE

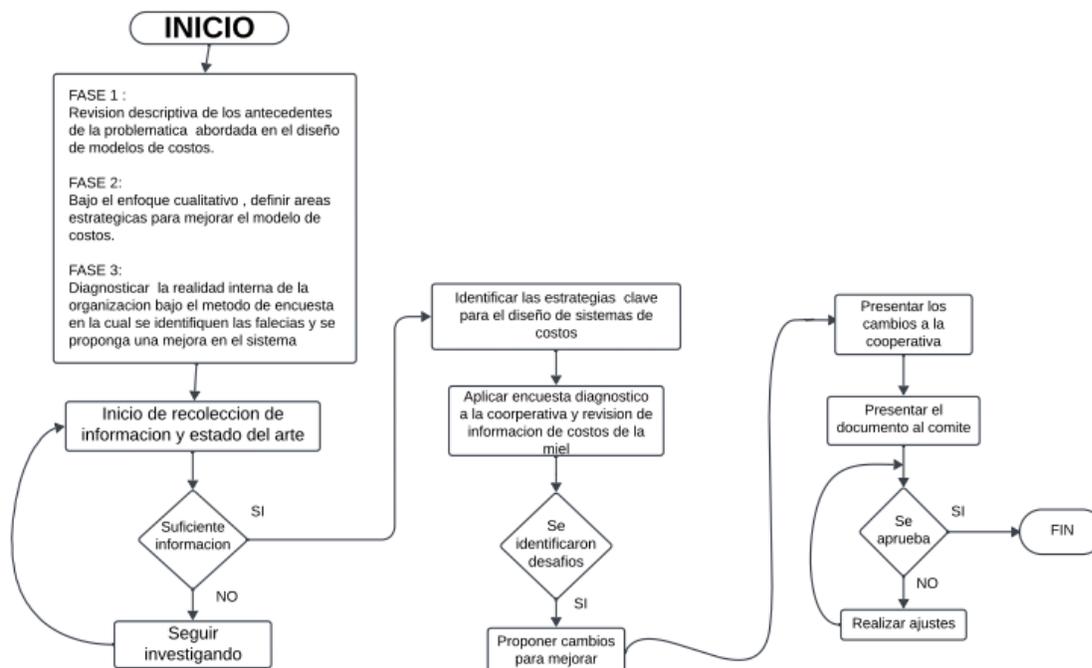
El enfoque de investigación es cualitativo, donde luego de la revisión documental en las fuentes especializadas se sistematice los aportes que hacen a la investigación, logrando identificar las diferentes áreas estratégicas que puedan ser usadas como criterio base para mejorar el sistema de costos en función del aumento de la eficiencia, la productividad y competitividad de la marca de miel “Los Girasoles” en el mercado. Esto permite estructurar la apuesta por la mejora del modelo de costos que viene trabajando la organización para el manejo de su actividad contable, así como los diferentes márgenes de ganancia que aporte a al aumento de los excedentes de la cooperativa y proyecte mejorar la calidad de vida de los asociados.

#### METODO DE INVESTIGACION

El método empleado para conocer la realidad bajo la cual ha venido la cooperativa desarrollando la dinámica de administración de costos para la producción de miel será la encuesta, la cual será aplicada a la vicepresidenta de la cooperativa AGROJOVEN con el fin de que esta información contribuya al diagnóstico de su estado actual y así, lograr una mejora en las condiciones bajo las cuales se enfrenta al mercado actualmente este producto, sabiendo que tiene unas fortalezas y oportunidades que puede aprovechar mucho mejor.

Se realizará una propuesta para la optimización de los costos en el sistema que actualmente está desarrollando, para mejorar su actividad productiva y se realizará una socialización con la directiva de su organización para la presentación de la propuesta en el sistema de costos con su respectivo instrumento.

Figura 1. Diagrama de flujo.



Fuente: Elaboración propia.

## 4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

El presente proyecto se encuentra enfocado en la mejora de las condiciones de comercialización que tiene la Cooperativa Multiactiva Juvenil Agropecuaria de Bucaramanga – AGROJOVEN, en el impulso de su marca de miel “Los Girasoles”, la cual se produce en las veredas de la capital Santandereana, articulando jóvenes de los tres (3) corregimientos que conforman su ruralidad.

Las mejoras que se proponen en el proyecto se harán sobre la base del enfoque en los sistemas de costos, donde se identifique la forma en la que se ha venido trabajando el seguimiento a las actividades productivas en la cooperativa y con el diagnóstico que se logra en el acceso a la información interna de la cooperativa proponer las áreas estratégicas que se requieren fortalecer y de esa forma proponer aspectos del sistema de costos que potencien la comercialización de la marca “Miel los Girasoles”, esto ayudara a promover la actividad productiva de las juventudes que se encuentran en el modelo cooperativo donde se logre a través de estas herramientas optimizar los costos, incrementar las ventas e ingresos y fortalecer su proyecto de vida colectivo.

Para lograrlo se desarrollarán los objetivos específicos propuestos, arrojando los resultados que se copilarán en el siguiente capítulo:

### **4.1. Analizar la estructura actual de costos de la Cooperativa “AGROJOVEN”, para diagnosticar debilidades y oportunidades en la producción y comercialización del producto en el mercado.**

Para abordar los planteamientos frente a los sistemas de costos, se recurrió a una revisión bibliográfica de experiencias relevantes bajo las cuales se pudiera analizar cuáles son los métodos comúnmente utilizados por las empresas para

solucionar dificultades en el manejo de costos y estrategias financieras, allí se descubrió que una de los desafíos es la superación del empirismo en las actividades contables, debido a que esta es una de las mayores causas de las pérdidas y fracasos en el posicionamiento de productos y servicios en el mercado como lo reafirma en su investigación el autor (Eslava, 2022), estableciendo así, una apuesta por mejorar, tecnificar y darle prioridad a los modelos de sistemas de costos, que den resultados favorables en la competitividad.

Al realizar la consulta dentro de la estructura de la Cooperativa AGOJOVEN se encontró que vienen desarrollando una herramienta donde ubican los costos que se tienen para la producción del producto “Miel Los Girasoles”, la cual discrimina cada aspecto clave y le da su valor, sin embargo, no ubica costos fijos y variables como se puede observar en la (Tabla 2):

Tabla 2. Estructura actual de costos de la Cooperativa “AGROJOVEN”.

<b>COSTOS ASOCIADOS A LA MIEL</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad Mensual de venta</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo mensual</b>
Miel	85	Kilo (Kg)	\$25.000	\$1.500.000
Botella	100	500 gramos (g)	\$1800	\$180.000
	50	500 gramos (g)	\$2000	\$100.000
Etiqueta	100	8x5 cm	\$700	\$70.000
Sticker	100	3cm	\$200	\$20.000
Tela	1,5	metro	\$8.000	\$8.000

Cuerda de fique	30	metro	\$300	\$30.000
Mano de obra Apicultor	4	Jornal	\$50.000	\$200.000
Transporte	1	Flete	\$70.000	\$70.000
Publicidad y Marketing	2	Pautas	\$20.000	\$40.000
Participación en mercadillo	1	Alimentación y transporte	\$50.000	\$50.000
<b>TOTAL</b>				\$2.268.000

Fuente: Elaborada por el autor con información de AGROJOVEN.

Donde el margen de ganancia vendría siendo por unidad:

**MARGEN DE GANANCIA** = (PRECIO DE VENTA - COSTO) / PRECIO DE VENTA

Donde:

Precio de venta: Precio de venta de la cooperativa

Costo: Costo total de producir el producto

Tabla 3. Margen de ganancia.

PRESENTACION	PRECIO DE VENTA	COSTO	MARGEN DE GANANCIA
300 g	\$18.000	\$11,700	35%
500 g	\$25.000	\$18,900	24,4%

Fuente: Elaborada por el autor.

Este ejercicio de análisis que se fortaleció con la construcción de un diagnóstico por medio del instrumento DOFA en el cual se logró identificar las siguientes debilidades y fortalezas:

### **DEBILIDADES**

- La etiqueta no tiene posicionado el nombre de la miel debido a que utiliza el nombre de la Cooperativa AGROJOVEN.
- Dentro de la estrategia de ventas se debe fortalecer la narrativa sobre la importancia de las juventudes en esto proyectos del agro.
- La miel debe realizar el proceso de formalización de sellos de calidad con el fin de mejorar el posicionamiento de la marca.

### **OPORTUNIDADES**

- Como es un producto que se está introduciendo en el mercado es importante definir si existe la posibilidad de mejorar el proceso de etiquetado.
- Identificar dos colores neutros que permitan mejorar la percepción del producto.
- Realizar material gráfico para la estrategia de comunicación en redes que permita mostrar las diferentes formas de consumo de miel, así como los trabajos que se desarrollan en los apiarios.
- Según los cambios que se puedan aplicar a la presentación se podrían mejorar los precios para que se puedan ofrecer en el mercado con mayor impacto.

#### **4.2. Identificar las áreas estratégicas de “AGROJOVEN” para reducir costos, con el fin de aumentar la productividad y competitividad de la marca miel "Los Girasoles.**

Según el diagnóstico realizado donde se conocieron las fortalezas y las debilidades, en cumplimiento de los objetivos planteados por la investigación, se realizó una matriz (Tabla 8 ), donde se ubicaron las áreas estratégicas para mejorar

el posicionamiento del producto “Miel los Girasoles” en el mercado, generando lineamientos alrededor de:

### **INNOVACION DEL PRODUCTO**

- Cambio de imagen y etiqueta
- Mejoramiento de la calidad
- Nueva presentación del producto

### **MARKETING Y VENTAS**

- Canales de distribución
- Redes Sociales

### **GESTION FINANCIERA**

- Mejoramiento del modelo de costos
- Fuentes de Financiamiento

### **CADENA DE SUMINISTRO**

- Proveedores de miel de abeja

Es importante destacar que las diferentes áreas priorizadas tienen una fuerte incidencia en las mejoras que se puedan dar en el cambio de la estructura actual de costos, que también surge como una de las áreas estratégicas para mejorar la inserción y competitividad del producto “Miel Los Girasoles” en el mercado, lo cual constituye el eje estratégico de la investigación.

#### **4.3. Diseñar un sistema de costos que incluya una estructura de precios competitiva y rentable, considerando los costos variables y fijos, así como**

### **los márgenes de ganancia necesarios para garantizar la viabilidad económica de la Cooperativa.**

La estructura de costos, así como la estrategia de comercialización del producto Miel Los Girasoles de la Cooperativa AGROJOVEN después de analizarse y de priorizarse como una de las actividades tendientes a mejorar la inserción en el mercado, dieron lugar para proponer un cambio frente a:

**Cambio de imagen:** Se propone el posicionamiento de una nueva presentación sencilla y estética (Tabla 9), que no se cargue de tantos colores y decoraciones que podrían reducir el costo del producto en un 8% como se evidencia en la (Tabla 10).

**Precios competitivos:** La investigación permitió identificar que los precios que decidió la asamblea de asociados AGROJOVEN para el producto Miel Los Girasoles en las dos presentaciones, presentaban una diferencia de Diez Pesos (\$10) por gramo, lo cual se propuso ajustar para que el precio estándar de venta defina el gramo a sesenta pesos (\$60) para que tenga un mayor margen de ganancia y rentabilidad, haciendo una modificación en la presentación de 500g quedando en Treinta Mil pesos \$30.000.

Con este cambio se genera un margen de ganancia promedio de 40,65% lo cual sería 10,95% superior al presentado por el sistema de costos que se viene usando y que se presenta una nueva propuesta en la (Tabla 13) donde se discrimina la tela, cuerda de fique y la etiqueta, cambiando los gastos fijos, reduciéndolos para mejorar una mayor rentabilidad con la nueva presentación.

## 5. RESULTADOS

### 5.1. OBJETIVO 1.

Analizar la estructura actual de costos de la Cooperativa “AGROJOVEN”, para diagnosticar debilidades y oportunidades en la producción y comercialización del producto en el mercado.

#### 5.1.1. ***SOBRE EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN***

Toda la información que se encuentra consignada en este proyecto de investigación y que pertenece a la Cooperativa Multiactiva Juvenil Agropecuaria de Bucaramanga AGROJOVEN, fue aprobada por la junta directiva la Cooperativa y se realizó bajo común acuerdo para que los resultados del proceso puedan ser socializados con su proceso de economía solidaria y así fortalecer su proceso de producción y comercialización de la miel (ANEXO 1).

#### 5.1.2. ***ESTRUCTURA DE LA COOPERATIVA***

La forma en la que se administra la dinámica productiva para la venta de miel de abeja como principal producto que tiene la Cooperativa AGROJOVEN, se encuentra organizada en su estructura, la cual comprende lo establecido por la ley 454 frente a la organización de las organizaciones de economía solidaria. La estrategia de mercados se construye en el consejo de administración y se ejecuta en cabeza del gerente de la organización.

Figura 2. Estructura de la Cooperativa AGROJOVEN.



Fuente: Estatutos constitutivos AGROJOVEN.

### 5.1.3. PRODUCTO Y MARCA

Los jóvenes de los corregimientos 1 y 2 de Bucaramanga decidieron que la mejor forma de articularse para mejorar su productividad era, no solo con la creación de una cooperativa que promueve un modelo económico basado en la solidaridad, ayuda mutua y bienestar, sino que en la promoción de su actividad económica basada en la apicultura se debía tener una marca con la cual se pudiera realizar la comercialización de la miel que cada uno produce en sus fincas.

A partir de este planteamiento se creó la marca de miel “Los Girasoles” con dos presentaciones de 300g y 500g, con una identidad de colores negra y dorado, buscando el posicionamiento de la cooperativa en el mercado.

Tabla 4. Identidad de Marca.

NOMBRE DE LA MARCA	COLORES	PRESENTACIÓN
Miel Los Girasoles	Dorado Negro	300 g – 500 g

Fuente: Elaborada por el autor.

Figura 3. Miel Los Girasoles AGROJOVEN



Fuente: Tomada por AGROJOVEN.

#### 5.1.4. PRECIOS DE COMERCIALIZACIÓN

La Cooperativa Multiactiva Juvenil Agropecuaria de Bucaramanga AGROJOVEN ha fijado los precios de comercialización de sus presentaciones en la venta de miel, de acuerdo con los precios concertados en la asamblea de socios de la cooperativa, estableciéndolos de la siguiente forma:

Tabla 5. Precios de comercialización.

PRESENTACIÓN	PRECIO DE VENTA	PRECIO DE ALIADOS
300 g	\$18.000	\$16.000
500 g	\$25.000	\$22.000

Fuente: Elaborada por el Autor.

Esto se ha realizado en común acuerdo en la asamblea de socios donde se estableció la categoría de aliados entendiéndose de la siguiente forma:

**Aliado Mayorista:** Esta dirigido para quienes compren más de 24 botellas en cualquiera de las presentaciones y tengan como fin la comercialización en puntos de venta fijos.

**Aliado de ventas:** Con esta categoría se ayuda a los jóvenes que les interesa la actividad de la producción de miel en las zonas urbanas y se les da el estímulo económico a las ventas que realicen, incluyendo si son miembros de la cooperativa.

### **5.1.5. ENCUESTA SOBRE MANEJO DE COSTOS ACTUALMENTE**

Para conocer la forma en la que actualmente la cooperativa AGROJOVEN ha venido trabajando el manejo del sistema de costos, se propone la realización de una encuesta que vaya dirigida a la junta directiva de la Cooperativa, con el fin de conocer el estado actual del sistema de costos, con las siguientes preguntas:

1. ¿Ha venido implementando algún modelo de costos con el manejo del producto “Miel Los Girasoles?”
  - a) Con herramienta ofimática
  - b) A mano
  - c) No usa Modelo de Costos
  
2. En el caso de haber utilizado un modelo de costos, ¿Qué modelo ha utilizado?
  - a) Modelo de costos basado en actividades
  - b) Modelo de costos por absorción
  - c) Modelo de costos Manufacturing
  
3. ¿Cómo clasifica los resultados que ha obtenido en el caso de utilizar alguna herramienta para el modelo de costos?
  - a) Buenos
  - b) Regulares

- c) Malos
  - d) Podrían Mejorar
4. ¿Aceptaría la realización de mejoras que garanticen reducción de costos y mejor impacto en el mercado?
- a) Si
  - b) No

#### **5.1.5.1 RESULTADOS DE LA APLICACIÓN:**

Como resultado de la aplicación del instrumento diagnóstico (ANEXOS), se lograron evidenciar los siguientes resultados que le apuestan a fortalecer el diagnóstico de la Cooperativa AGROJOVEN:

1. La cooperativa manifiesta que actualmente se encuentra usando un modelo base con el cual realizan el seguimiento a los costos del producto "Miel Los Girasoles" en herramienta ofimática tipo Excel.
2. El modelo que adoptaron para iniciar el proceso de organización de los costos ha sido un modelo por absorción.
3. Manifiestan que los resultados que han tenido utilizando el modelo de costos no son malos, pero que podrían mejorar, además, están de acuerdo si se proponen nuevos cambios en el sistema de costos para hacerlo más eficiente.

#### **5.1.6. ANALISIS DE LA ESTRUCTURA ACTUAL DE COSTOS**

Con esta tabla se puede concluir que existe un promedio en margen de ganancia 29,7% por la venta del producto "Miel los Girasoles" en las dos presentaciones que se encuentran en el mercado.

### 5.1.7. ESTRATEGIA ACTUAL DE VENTAS

La Cooperativa Multiactiva Juvenil Agropecuaria de Bucaramanga “AGROJOVEN” ha diseñado una estrategia de marketing que le ha permitido iniciar el proceso de comercialización manteniendo a la par el proceso de producción en el corregimiento 1 y corregimiento 2 del municipio, estableciendo los siguientes lineamientos estratégicos:

Tabla 6. Estrategia de ventas.

ESTRATEGIA	DESCRIPCION	PRODUCTO/OBJETIVO
<b>Creación y posicionamiento de marca</b>	Crear la marca “miel los girasoles” que permita tener una introducción al mercado desde la cooperativa.	Creación de la marca “Los Girasoles”
<b>Segmentación de clientes</b>	Como estrategia la Cooperativa AGROJOVEN establece que su cliente objetivo se encuentra en: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Familias</li> <li>- Personas de la tercera edad</li> <li>- Usuarios de Gimnasios</li> <li>- Interesados en productos naturales y artesanales</li> </ul>	Dirigir las ventas hacia sectores específicos que permitan la apertura de mercado y posicionamiento de marca.

<b>Puntos de venta físicos</b>	<p>Creación de red de puntos físicos para la venta de miel con énfasis en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gimnasios</li> <li>- Tiendas de barrio</li> <li>- Supermercados</li> </ul>	<p>Estrategia comercial en punto físico que promueva los hábitos de estilo de vida saludable en el consumo de miel.</p>
<b>Marketing en redes sociales</b>	<p>Crear comunidad para la promoción de la miel en las redes sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facebook</li> <li>- Instagram</li> <li>- WhatsApp</li> </ul> <p>Bussines</p>	<p>Pautar al menos 1 vez al mes publicidad sobre la venta de miel.</p>
<b>Puntos de Feria Itinerante</b>	<p>Participación en ferias o mercadillos promovida por el Instituto Municipal de Empleo y Emprendimiento IMEBU y las redes de asociatividad.</p>	<p>Lograr el posicionamiento de la marca y captar nuevos clientes que quieren adquirir la miel.</p>

Fuente: Elaborada por AGROJOVEN

### 5.1.8. ESTRATEGIA DE REDUCCION DE COSTOS

Para analizar cómo se encuentra actualmente el plan de ventas que ha venido utilizando la Cooperativa Multiactiva Juvenil Agropecuaria de Bucaramanga “**AGROJOVEN**” se realizó una matriz DOFA de la cual se proyectara una estrategia que permita la reducción de los costos y se aumente la productividad.

Tabla 7. Diagnóstico de la Miel.

	POSITIVO	NEGATIVO
<b>FUERA DE LA ORGANIZACIÓN</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La Cooperativa tiene un producto definido para trabajar en su introducción al mercado.</li> <li>- Es una organización juvenil que se encuentra administrando la marca lo cual le da un valor agregado.</li> <li>- Se cuenta con una cantidad establecida de venta de miel de abeja y unas ventas a partir de esta estrategia de medios y puntos itinerantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La etiqueta no tiene posicionado el nombre de la miel debido a que utiliza el nombre de la Cooperativa AGROJOVEN.</li> <li>- Dentro de la estrategia de ventas se debe fortalecer la narrativa sobre la importancia de las juventudes en esto proyectos del agro.</li> <li>- La miel debe realizar el proceso de formalización de sellos de calidad con el fin de mejorar el posicionamiento de la marca.</li> </ul>
<b>DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Como es un producto que se está introduciendo en el mercado es importante definir si existe la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de recursos para la inversión en el aumento de comercialización de miel.</li> </ul>

	<p>posibilidad de mejorar el proceso de etiquetado.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar dos colores neutros que permitan mejorar la percepción del producto.</li> <li>- Realizar material gráfico para la estrategia de comunicación en redes que permita mostrar las diferentes formas de consumo de miel, así como los trabajos que se desarrollan en los apiarios.</li> <li>- Según los cambios que se puedan aplicar a la presentación se podrían mejorar los precios para que se puedan ofrecer en el mercado con mayor impacto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No tener sellos de calidad implica que no pueda entrar a almacenes de cadena o ferias de negocios para vender cantidades importantes a otros operadores.</li> <li>- No se cuenta con una estructura de seguimiento a las ventas de la miel, lo cual puede generar una dificultad, que se agrava por la falta de capacitación en herramientas ofimáticas.</li> <li>- Las ferias itinerantes aunque pueden ayudar a potenciar el posicionamiento de la marca sin embargo estas a veces generan desgaste y no alcanzan a cubrir gastos.</li> </ul>
--	---	--

Fuente: Elaborado por el autor.

Esta matriz muestra un poco el diagnóstico que se encuentra a partir de la revisión de los elementos que se han aportado en la política de costos y la estrategia actual de las ventas que ha realizado la cooperativa, sin embargo, tiene aspectos para mejorar como el fortalecimiento de una narrativa que arrope el origen del producto, para un mejor posicionamiento de la marca “Miel Los Girasoles”, además de realizar los trámites respectivos para mejorar la calidad de la marca de miel como los sellos de calidad, negocios verdes etc.

El desarrollo de las actividades productivas alrededor de la miel debe fortalecerse con el impacto en las redes sociales que muestren las experiencias que se tienen en el manejo y práctica de la apicultura, además de que el aumento de la demanda implica tener un recurso base para aumentar la comercialización, lo cual representa uno de los mayores desafíos. Es claro que la estrategia viene funcionando por que las ventas se han mantenido y logran tener resultados en el sostenimiento de la organización, pero podría mejorar si se realiza una política de vinculación de nuevos miembros a la cooperativa que puedan aportar al crecimiento de la estrategia de ventas, además de que se podría mejorar la dinámica del mercado de la miel si estructura costos para una nueva presentación aparte de 500g como se ha venido realizando.

## 5.2. AREAS ESTRATEGICAS PARA MEJORAR LA INTRODUCCION AL MERCADO

A partir del diagnóstico realizado a partir de la matriz DOFA, se establece la priorización de las áreas estratégicas que permitan la reducción de costos y mejores condiciones para la introducción al mercado de la siguiente forma:

Tabla 8. Estrategias para mejorar el mercado.

---

### INNOVACION DEL PRODUCTO

---

---

**CAMBIO DE IMAGEN Y  
ETIQUETA**

El producto puede mejorar su inserción en el mercado si reduce los costos, dejando una imagen estándar con colores que mejoren la visión de la etiqueta que además posicione el nombre de la marca “Miel Los Girasoles” y no el de la cooperativa.

---

**MEJORAMIENTO DE LA  
CALIDAD**

Para que la miel pueda ingresar al mercado en tiendas que puedan adquirir cantidades importantes, se debe cumplir con los requisitos de calidad como los sellos de negocios verdes, facturación electrónica, tabla nutricional etc. Con esto podrá mejorar los costos del producto debido a que genera confianza.

---

**NUEVA PRESENTACION  
DEL PRODUCTO**

La cooperativa tiene una alta posibilidad de diversificar su presentación del producto, no solo de 500g, lo cual puede mejorar las ventas.

---

**MARKETING Y VENTAS**

---

**CANALES DE  
DISTRIBUCION**

Con el impulso de una narrativa se pueden mejorar las ventas directas de la miel, con la segmentación que ha venido trabajando la cooperativa y se reducen costos en a publicidad tradicional.

---

**REDES SOCIALES**

Mejorar la cobertura de las pautas e incrementar la frecuencia de publicaciones de con imágenes de calidad priorizando la red social Facebook y buscar la introducción en un market place.

---

## GESTION FINANCIERA

### MEJORAMIENTO DEL MODELO DE COSTOS

El clave que la cooperativa logre mejorar el modelo de seguimiento de los costos que se encuentran asociados a la actividad productiva.

### FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Buscar fuentes de financiamiento para el fortalecimiento de la comercialización de miel de abeja.

---

## CADENA DE SUMINISTRO

### PROVEEDORES

Se debe tener listo un stock de proveedores debido a que el aumento de la demanda podría generar dificultades si no se cuenta con la miel que responda a las necesidades que surgen en el proceso y que cuente con la calidad adecuada.

---

Fuente: Elaborada por el autor.

De acuerdo con lo anterior se reconoce que para la Cooperativa Multiactiva Juvenil Agropecuaria de Bucaramanga “**AGROJOVEN**” es importante fortalecer las actividades que se encuentran en las áreas estratégicas en la innovación del producto que va desde el mejoramiento de la etiqueta y presentación así como la adquisición de las certificaciones de la calidad en función de la marca, el fortalecimientos de las estrategias de marketing para las ventas y el posicionamiento de la marca con una narrativa que fortalezca el origen de la asociatividad en función del desarrollo productivo.

Se plantea desde el ejercicio de priorización de áreas que bajo la necesidad del fortalecimiento de la gestión financiera se tenga en cuenta la incorporación de un modelo de costos más eficiente y la cadena de suministro con el crecimiento en la

red de proveedores para obtener una capacidad instalada en la comercialización de la miel.

### **5.3. DISEÑO DE ESTRUCTURA DE COSTOS PARA MEJORAR LAS CONDICIONES DE LA COOPERATIVA**

A partir del proceso de análisis de las condiciones bajo las cuales desarrolla la actividad comercial la cooperativa “**AGROJOVEN**” con el impulso de la marca de “Miel los Girasoles”, se reconocieron con el diagnóstico las falencias y cuáles serían las potenciales acciones para mejorar su inserción en el mercado, teniendo en cuenta que es un producto nuevo, pero, puede tener una posibilidad importante de impacto productivo debido a que este proyecto se encuentra desarrollado y administrado por jóvenes rurales, totalmente orgánico, producido en la veredas de los corregimientos de Bucaramanga, que también articula jóvenes de la ciudad quienes fortalecen las actividades de comercialización.

Sin embargo, ante el diagnóstico realizado donde se analizaron las dificultades que ha tenido el producto para cumplir con los estándares de calidad y las oportunidades que tiene para realizar un fortalecimiento de la actividad productiva.

Para mejorar incrementar sus ganancias, es necesario fortalecer su modelo de costos, que de manera integral pueda mejorar su inserción en el mercado, esto pasa por una transformación de la presentación del producto y estructura de precios que corresponda a mejorar la competitividad, por lo tanto, estas modificaciones se presentan de la siguiente forma:

#### **5.3.1. PROPUESTA DE MEJORA DE IMAGEN**

Al analizar la presentación actual de la marca de miel “Los Girasoles”, se realiza la siguiente observación:

La etiqueta posiciona el nombre de la cooperativa AGROJOVEN , mientras que, la marca de miel se encuentra en una etiqueta adicional, en la tapa del envase.

Para darle un cambio a la presentación de la marca de miel, se recomienda a la cooperativa tenga una nueva presentación de etiqueta, que posicione el nombre de la marca “Miel los Girasoles”, además, de quitar la tela de la tapa que reduce los costos y el stiker que se encontraba sujeto a la cuerda, dándole una imagen estética y sencilla a la presentación, con dos (2) colores básicos que serán, dorado y negro, para que no se recargue la imagen de la etiqueta, como sucedía anteriormente con la presentación.

Frente a esta observación, la cooperativa decide realizar un cambio de imagen con una nueva visión de la marca Miel Los Girasoles que antes se encontraba en un stiker sujeto por la cuerda de fique en la tapa, quedando de la siguiente forma:

Tabla 9. Cambio de presentación.



Fuente: Elaborada por el autor.

El cambio que se presentó en la imagen del producto para la cooperativa, evidentemente tiene una reducción en los costos, los cuales se dieron en relación a:

Tabla 10. Costos modificados.

<b>Accesorio</b>	<b>Porcentaje de costo que representa</b>
Tela decorativa	4%
Cuerda de fique	2%
Stiker	2%
<b>Total</b>	<b>8%</b>

Fuente: Elaborada por el autor.

Como se demuestra con la tabla anterior, al presentarse un cambio de imagen, inmediatamente existe una reducción de los costos equivalentes al 8% y se mejora la presentación del producto.

### 5.3.2. PROPUESTA DE PRECIOS COMPETITIVOS

Al revisar la estructura de precios con los cuales se encuentra la marca compitiendo en el mercado, se identificó que los precios no se encuentran fijados de manera correcta, en lo que equivale el valor del Kilo al precio de venta con referencia al valor del gramo:

Tabla 11. Error en los precios del producto.

<b>Presentación de botella (gramos)</b>	<b>Precio - venta</b>	<b>Valor del gramo</b>
<b>300 (g)</b>	\$18.000	\$60
<b>500 (g)</b>	\$25.000	\$50

Fuente: Elaborada por el autor.

Como se observa en la tabla anterior, el error en el precio de venta, tiene una variación de 10\$ por cada gramo, lo cual representa una diferencia del 16,6% que podría reflejarse de manera positiva si se ajustan a una sola unidad de valor por gramo, en este caso tomando como base el valor de la botella de (300 g), quedando de la siguiente forma, el nuevo valor:

Tabla 12. Ajuste al valor de venta.

Presentación	Valor del gramo ajustado	Nuevo Valor
300g		\$18.000
500g	60\$	\$30.000

Fuente: Elaborada por el autor.

De esta forma quedarían los valores del gramo de miel de manera estándar y se le genera una mayor rentabilidad (mensual) al valor que tiene la miel que se verá reflejado en el nuevo margen de ganancia, frente a la nueva estructura de costos como se muestra en los Anexos (Tabla 14).

Con esta propuesta de cambio, frente a la estructura de costos, sabiendo que las ventas del producto son de 100 botellas de 300g y 50 botellas de 500g mensual, quedaría de la siguiente forma el margen de ganancia:

**MARGEN DE GANANCIA = (PRECIO DE VENTA - COSTO) /PRECIO DE VENTA**

Donde:

Precio de venta: Precio de venta de la cooperativa

Costo: Costo total de producir el producto

Tabla 13. Margen de ganancia.

<b>PRESENTACION</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>COSTO</b>	<b>MARGEN DE GANANCIA</b>
<b>300 g</b>	\$18.000	\$11,100	38%
<b>500 g</b>	\$30.000	\$17,100	43,3%

Fuente: Elaborada por el autor.

Es importante destacar que, la nueva propuesta de presentación del producto tiene una reducción de costos del 9,7% con respecto a la mecánica que se venía desarrollando en la estructura de costos por absorción de la cooperativa AGROJOVEN, con un promedio de ganancia del 40,65% en su producto, teniendo un incremento frente al anterior modelo del 10,95%.

## 6. CONCLUSIONES

1. El común de las empresas según la investigación, frente al manejo de costos y sistemas contables lo aprenden de manera empírica y con el tiempo realizan tránsito hacia herramientas técnicas que le permiten mejorar la competitividad de los productos y servicios.
2. En el caso de la Cooperativa AGROJOVEN ha utilizado herramientas técnicas, gracias a que se encuentra conformado por un grupo nutrido de jóvenes, sin embargo, han cometido algunos errores que se pueden ver como oportunidades para seguir trabajando en el posicionamiento del producto “Miel Los Girasoles”.
3. El cambio en el posicionamiento de marca que puede tener la cooperativa, reduciendo accesorios del producto, puede generar un mejoramiento notable en la competitividad del producto, sin embargo, se hace necesario cumplir con requerimientos técnicos mínimos si se busca introducir en un mercado mucho más amplio que donde se encuentra actualmente.
4. Se comprobó que el sistema de costos por absorción que venía trabajando la cooperativa Agrojovent, debía ser modificado únicamente en el cambio por optimización de recursos en un 10,97%, lo cual puede trabajarse en herramienta Excel.
5. La modificación al precio de venta de la presentación de 500g genera un mayor margen de ganancia, pasando de 24,4% a 43,3% con el ajuste, lo cual constituye una propuesta de modificación de precios competitivos para el producto “Miel Los Girasoles”.

## 7. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la cooperativa AGROJOVEN realizar los cambios en la imagen, posicionando la narrativa de la cooperativa como una organización de jóvenes que busca crear proyecto de vida en la ruralidad de Bucaramanga y mejorando los estándares de calidad como los sellos verdes, tabla nutricional, facturación electrónica, código de barras, como mínimos que le permitan introducirse en nuevos mercados y su competitividad, entendiendo también que es un producto especial, artesanal y de arraigo territorial.

Por las condiciones actuales la cooperativa podría seguir llevando el seguimiento a los costos con la herramienta ofimática de Excel, sin embargo, es importante proyectar el uso de herramientas más técnicas para mejorar la eficiencia y seguridad de la información, mejorando así la forma de trabajo en las economías solidarias donde se única la asociatividad juvenil.

Las juventudes en la ruralidad no tienen las mismas garantías de quienes se encuentran en la zona urbana del municipio de Bucaramanga, por lo que las Unidades Tecnológicas de Santander y demás Instituciones de Educación Superior en el departamento podrían brindar el fortalecimiento adecuado para el impulso exitoso de sus actividades productivas en zonas rurales, aportando a las garantías para el proyecto de vida de los jóvenes campesinos, además del desarrollo de más investigaciones que sirvan para dotar de herramientas y soluciones su actividad productiva.

## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcivar, A. (2020). La información contable y su relación con el proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes de la unidad educativa Vicente Amador Flor. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0257-43142022000100005](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142022000100005)
- Arango, K., & Carvajal, D. (2023). Propuesta de mejora en el sistema productivo de la empresa la esquina del patacón, con base en las herramientas lean manufacturing. *instname:Universitaria Agustiniiana*. <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/2321>
- Ascoop. (2023, julio 19). En Colombia hay 6,3 millones de personas en cooperativas, lo que representa 13%. *Colombia Cooperativa*. <https://colombiacooperativa.coop/2023/07/en-colombia-hay-63-millones-de-personas-en-cooperativas-lo-que-representa-13/>
- Barrera, D. (2023). Vol. 31 Núm. 127 (2023) | Cooperativismo & Desarrollo. <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/co/issue/view/328>
- Bedoya, H. A. A. (2019). Implementación de un sistema de costos para la empresa miguel Martín y Cia S.A.S de Palmira—Valle del cauca. <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/76573/Hoover%20Alberto%20Aguirre%20Bedoya.pdf>
- Blocher, E., Stout, D. E., & Cokins, G. (2020). Cost management: A strategic emphasis (5th ed). *McGraw-Hill/Irwin*. <http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/16717/1/59.Edward%20J.%20Blocher.pdf>
- Castro, Y. K. R. (2020). Implementación de un Sistema de costos para la empresa WomanshopBGA. 1. <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/12209/F->

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO  
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,  
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 2.0

DC-

125%20%20TRABAJO%20DE%20GRADO%20KR%203%20%281%29%20%28  
2%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Choque, D. (2022). El sistema de costeo por absorción y su relación con la rentabilidad de la empresa “Comidas Rápidas S.A.”, Tacna período 2017-2019. <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/2237>

Dini, M. (2020). Mipymes en América Latina: Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/2c7fec3c-c404-496b-a0da-e6a14b1cee48/content>

Duarte, A. (2021). Diseño de un sistema de costos. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/33291/2021GuevaraOscar.pdf?sequence=11&isAllowed=y>

Eslava, R., Chacón-Guerrero, E., Parra-González, B., Eslava-Zapata, R., Chacón-Guerrero, E., & Parra-González, B. (2022). Relación entre los niveles de conocimiento y gestión de los costos de producción de los gerentes del sector gastronómico colombiano. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 12(1), 35-44. <https://doi.org/10.19053/20278306.v12.n1.2022.14204>

Gamez, M. D. L., & Bejarano, H. G. (2021). LOS MODELOS DE COSTOS COMO INSTRUMENTOS PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE CONTROL Y DESARROLLO FINANCIERO DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE. [https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1645&context=contaduria\\_publica#:~:text=Los%20modelos%20de%20costos%20permiten,efectividad%20y%20pertinencia%20de%20los](https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1645&context=contaduria_publica#:~:text=Los%20modelos%20de%20costos%20permiten,efectividad%20y%20pertinencia%20de%20los)

Gomez, L. T. (2022). Análisis teórico de un sistema de costos para las empresas de confecciones en el municipio de Floridablanca, Santander. <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/10353>

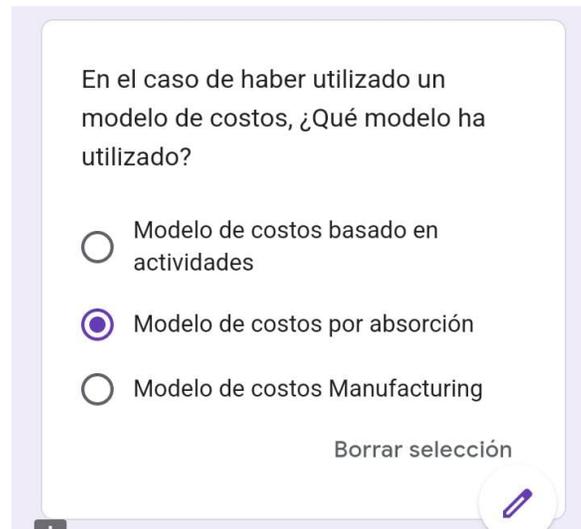
- Gonzalez, F. (2023). Propuesta de un Sistema de Costos Para la Empresa Soluciones y Suministros Técnicos Industriales S.A.S. - SYSTI. U. Antonio Jose Camacho. <https://repositorio.uniajc.edu.co/server/api/core/bitstreams/a2fdcbf2-6e5c-4b9a-ae02-ee6300c193e2/content>
- Granados, C. (2022). La miel, un negocio dulce que espera por más inversiones en Colombia. Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/economia/la-apicultura-en-colombia-530532>
- Granados, N. U., Arce, E. A. G., & Monroy, P. A. B. (2021). Informe de la década 2010—2020 del modelo Cooperativo. [https://www.supersolidaria.gov.co/sites/default/files/data/final\\_decada\\_30112021\\_0.pdf](https://www.supersolidaria.gov.co/sites/default/files/data/final_decada_30112021_0.pdf)
- Guevara, M. E. (2020). Sistema de costos por procesos de producción en la Empresa Master Fibra de la ciudad de Ambato [bachelorThesis]. <https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/31736>
- Gutierrez. (2020). EVOLUCION DE LOS SISTEMAS DE COSTOS. Repositorio Universitario. <http://artemisa.unicauca.edu.co/~dcruz/evolucioncostos.htm>
- Hernández, Y. L. P. (2022). SISTEMAS DE COSTO POR PROCESOS. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/97c5ed23-bc99-4061-b969-a2fd7cb65d1f/content>
- Horngren, C. T., Foster, G., Datar, S. M., Rajan, M., Ittner, C., & Baldwin, A. A. (2021). Cost Accounting: A Managerial Emphasis,. Issues in Accounting Education, 25(4), 789-790. <https://doi.org/10.2308/iace.2010.25.4.789>
- Jiménez, J. A. (2023a). Implementación de un sistema de costos por órdenes de producción y su incidencia en la rentabilidad en la empresa El Águila SRL - Lambayeque 2022. <http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/11716>
- Jiménez, J. A. (2023b). Implementación de un sistema de costos por órdenes de producción y su incidencia en la rentabilidad en la empresa El Águila SRL - Lambayeque 2022. <http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/11716>

- León, K. J. (2023). Sistema de costos por órdenes de producción para incrementar la rentabilidad de la empresa H & J LION'S CONTRATISTAS S.A.C. 2022. <http://repositorio.unach.edu.pe/handle/20.500.14142/367>
- Moreno, C. F. P., & Cárcamo, R. A. S. (2024). La relación entre la asociatividad empresarial, la productividad y la competitividad: Una revisión de la literatura. *Revista Universidad y Empresa*, 26(46), Article 46. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.13484>
- Palacio Duarte, Y., Espinosa, E. R., Castaño de Armas, R., Díaz Pita, Y., Falcón Corrales, D., Palacio Duarte, Y., Espinosa Rodríguez, E. R., Castaño de Armas, R., Díaz Pita, Y., & Falcón Corrales, D. (2023). Perfeccionamiento del sistema de costos de los procesos industriales en actividades pesqueras. *Cooperativismo y Desarrollo*, 11(2). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S2310-340X2023000200013&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2310-340X2023000200013&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- Paredes, A. (2022). Repositorio Universidad Técnica de Ambato: Implementación de un sistema de costos por órdenes de producción en la empresa Carrocerías IMPA. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/35353>
- Pico, J. D. (2020). Diseño De Un Plan Para La Implementación de un modelo De Costos ABC En Empresa Pyme Talleres Unidos LTDA del sector Industrial Manufacturero en la ciudad de Barrancabermeja. <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/4277>
- Razeto, L. (2020). ¿Qué es la economía solidaria? Universidad Bolivariana de Chile. [https://base.socioeco.org/docs/que\\_es\\_la\\_economia\\_solidaria\\_l.razeto.pdf](https://base.socioeco.org/docs/que_es_la_economia_solidaria_l.razeto.pdf)
- Rodriguez, D. (2023). La importancia de la apicultura en el sector agro, según Fedeabejas. *Portafolio.co*. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/sector-agro-la-importancia-de-la-apicultura-fedeabejas-responde-577169>
- Romero, Y. A. (2021). DISEÑO DE UN SISTEMA DE COSTOS PARA UNA HUERTA ORGANICA EN EL MUNICIPIO DE PIEDECUESTA - SANTANDER. <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/8068>

- Ruiz, G. P. (2021). Sistemas de costos de producción en la industria gráfica [masterThesis, Guayaquil: ULVR, 2021.].  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/4565>
- Sanchez, M. G. (2021). DISEÑO DE UN MODELO DE COSTOS ABC PARA LA EMPRESA CONCENTRADO ELITE SAS. Universidad Antonio Nariño.  
<https://repositorio.uan.edu.co/server/api/core/bitstreams/961a8c0d-f471-428e-a9f9-26bea4d0187f/content>
- Sanchez, N. (2022). Sostenibilidad en el sector empresarial.  
[https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/18820/TFM\\_NSanchez\\_La%20sostenibilidad%20en%20el%20sector%20empresarial.pdf](https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/18820/TFM_NSanchez_La%20sostenibilidad%20en%20el%20sector%20empresarial.pdf)
- Soto, C. A. (2023). IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE COSTOS PARA LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL “ESTAMPADOS FREDA”.  
<http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/13841>
- Torres, C. (2022). Sistema de costos ABC y la toma de decisiones en la empresa Insumex, Ate, año 2022.  
<https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.13084/9084>
- Vanegas, C. A. (2022). Sector solidario e institucionalidad. Imprenta Nacional.
- Viancha, N. C. B. (2018). IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE COSTOS PARA LA EMPRESA SOLDIMONTAJES DIAZ LTDA.  
<https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/handle/001/1560/TGT-296.pdf;jsessionid=A71EE3D40FD185E86B24110DA25E7221?sequence=1>
- Xianjie, H., Kothari, S. P., Xiao, T., & Zuo, L. (2022). Industry-Specific Knowledge Transfer in Audit Firms: Evidence from Audit Firm Mergers in China. *The Accounting Review*, 97(3), 249-277. <https://doi.org/10.2308/TAR-2018-0651>
- Yepes, A. L. C. (2023). Estrategias de gestión financiera para las empresas que pertenecen a la industria 4.0.  
<https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/ea423bc3-4b0b-4d78-ab38-59c98b19142d/content>

## 9. ANEXOS

Figura 4. Preguntas encuesta.



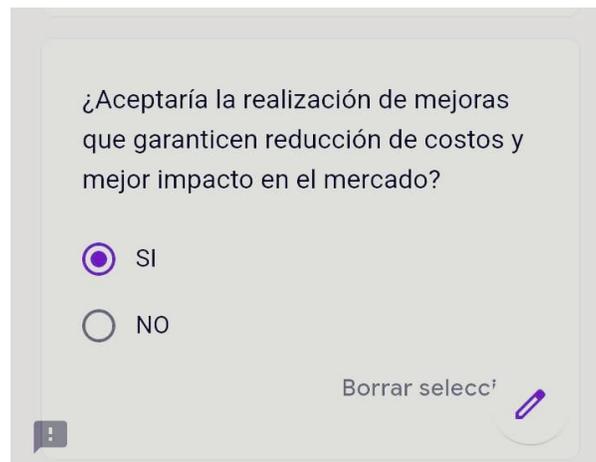
En el caso de haber utilizado un modelo de costos, ¿Qué modelo ha utilizado?

- Modelo de costos basado en actividades
- Modelo de costos por absorción
- Modelo de costos Manufacturing

Borrar selección

1

Figura 5. Preguntas encuesta.



¿Aceptaría la realización de mejoras que garanticen reducción de costos y mejor impacto en el mercado?

- SI
- NO

Borrar selecc'

Figura 6. Preguntas encuesta.

¿Ha venido implementando algún modelo de costos con el manejo del producto "Miel Los Girasoles?"

En herramienta ofimatica

A mano

N o usa modelo de costos

Borrar selección

Figura 7. Preguntas encuesta.

¿Cómo clasifica los resultados que ha obtenido en el caso de utilizar alguna herramienta para el modelo de costos?

Buenos

Regulares

Malos

Podrían Mejorar

Borrar selección

Tabla 14. Mejora al sistema de costos.

ESTRUCTURA DE COSTOS MIEL LOS GIRASOLES				
<b>NIT</b>	<b>901616391-8</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad Mensual de venta</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo mensual</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>				
Miel	85	Kilos	\$25.000	\$1.500.000
Botella	100	300 gramos (g)	\$1800	\$180.000
	50	500 gramos (g)	\$2000	\$100.000
Etiqueta	100	8x5 cm	\$600	\$60.000
Mano de obra Apicultor	4	Jornal	\$50.000	\$200.000
Transporte	1	Flete	\$70.000	\$70.000
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>				
Publicidad y Marketing	2	Pautas	\$20.000	\$40.000
Participación en mercadillo	1	Alimentación y transporte	\$50.000	\$50.000
<b>TOTAL</b>				<b>\$2.200.000</b>

Fuente: Elaborada por el autor.

