



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTE Y HUMANIDADES

CARRERA DE HOSPITAL Y HOTELERÍA

TEMA:

**“GESTION DE COSTOS COMO ESTRATEGIA PARA FIJACION DE
PRECIOS DEL CANELAZO EN LA PROVINCIA DE MANABI”**

AUTOR:

RAMÍREZ VÉLEZ JOHANNA JADIRA

TUTOR:

ING. CATAGUA MIELES JESSENIA ELIZABETH

ECUADOR-MANABÍ-MANTA

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

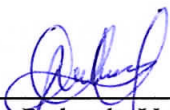
El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado "*GESTION DE COSTOS COMO ESTRATEGIA PARA FIJACION DE PRECIOS DEL CANELAZO EN LA PROVINCIA DE MANABI*" ha sido realizado y concluido por el estudiante Johanna Jadira Ramírez Vélez; el mismo que ha sido aprobado por los miembros del tribunal.

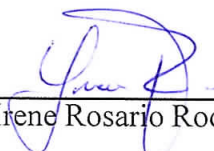
El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos mínimos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal.

Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:



Lcdo. Rolando Velázquez Campozano
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Lcda. Irene Rosario Rodríguez Pincay
MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN



Mauricio Arturo Becerra Ávila
MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN



Ing. Jesenia Catagua Mieles, Mg
DOCENTE TUTOR DE TITULACIÓN



Johanna Jadira Ramírez Vélez
GRADUADA

AUTORÍA

El presente trabajo se realizó previo a la obtención del título de Licenciado en Hospitalidad y Hotelería pertenece exclusivamente a la autora, de la manera que para uso de este documento se determina ubicar los respectivos créditos.

Johanna Ramirez

Johanna Jadira Ramírez Vélez

C.I. 1316868403

Autora

CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Johanna Jadira Ramírez Vélez, portador de la C. I. # 1316868403 en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del proyecto de investigación **“GESTION DE COSTOS COMO ESTRATEGIA PARA FIJACION DE PRECIOS DEL CANELAZO EN LA PROVINCIA DE MANABI”**, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad, e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva, para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.


Así mismo, autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Manta, 23 febrero de 2026



JOHANNA JADIRA RAMÍREZ VÉLEZ

Autora

| | | |
|---|--|-------------------------------------|
|  | NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A). | CÓDIGO: PAT-04-F-004 |
| | PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR | REVISIÓN: 1 Página 1 de 1 |

CERTIFICO

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

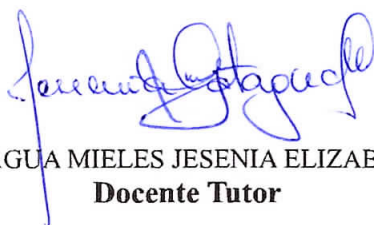
Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría del estudiante RAMIREZ VELEZ JOHANNA JADIRA, legalmente matriculado en la carrera de HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA, período académico 2025-2026(2), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es *"GESTION DE COSTOS COMO ESTRATEGIA PARA FIJACION DE PRECIOS DEL CANELAZO EN LA PROVINCIA DE MANABI"*

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, Viernes, 15 de agosto de 2025.

Lo certifico,



CATAGUA MIELES JESENIA ELIZABETH
Docente Tutor

DEDICATORIA

Dedico este logro a Dios, por darme la vida, la fortaleza y la sabiduría necesarias para superar cada obstáculo y permitirme alcanzar esta meta tan importante.

A mis hijos, quienes son mi mayor motivación e inspiración para seguir adelante, por su amor incondicional, su paciencia y por ser la razón que me impulsa a luchar cada día por un mejor futuro.

A mi familia, por su apoyo constante, sus palabras de aliento y por creer en mí incluso en los momentos más difíciles. Este logro también es de ustedes, porque han sido un pilar fundamental en mi camino.

Con todo mi amor y gratitud, les dedico este esfuerzo y este triunfo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme la vida, la salud y la fortaleza necesarias para culminar esta importante etapa de mi formación profesional.

Expreso mi más sincero y profundo agradecimiento a mi tutora de tesis, Ing. Jessenia Catagua Mielles Mg por su valiosa orientación, paciencia, dedicación y compromiso durante todo el desarrollo de este trabajo. Su conocimiento, experiencia y constante motivación fueron fundamentales para guiarme en cada proceso, superar dificultades y lograr la culminación exitosa de esta investigación. Gracias por su tiempo, por compartir sus enseñanzas y por confiar en mis capacidades, dejando en mí aprendizajes que trascenderán más allá de lo académico.

Finalmente, a todas las personas que de una u otra forma contribuyeron en la realización de este trabajo, mi más sincero agradecimiento.

Contenido

| | |
|--|----|
| Título o tema..... | 12 |
| Justificación | 12 |
| Diseño teórico..... | 13 |
| 1.1. Problema..... | 13 |
| 1.2. Objetivo | 14 |
| 1.2.1. Objetivo general..... | 14 |
| 1.2.2. Objetivos específicos | 14 |
| 1.3. Hipótesis | 14 |
| 1.4. Variables..... | 14 |
| 1.4.1. Variables conceptuales | 14 |
| 1.4.2. Variables operacionales | 14 |
| 1.4.3. Tareas científicas | 14 |
| 1. Marco teórico de la investigación CAPITULO I..... | 16 |
| Costos..... | 17 |
| 1.1. Definición de costos | 17 |
| 1.2. Elementos del costo | 17 |
| 1.3. Importancia de la gestión de costos..... | 18 |
| 1.4. Tipos de Costos | 18 |
| 1.4.1. fijos..... | 18 |
| 1.4.2. Costos variables..... | 18 |
| 1.5. Métodos de cálculos de costos..... | 19 |
| 1.5.1. Ordenes de producción | 20 |
| 1.5.2. Costeo estándar | 20 |

| | | |
|--------|---|----|
| 1.5.3. | Costeo ABC | 20 |
| 1.6. | Enfoques de fijación de precios..... | 20 |
| 1.7. | Métodos de Cálculos para la fijación de precios basado en el costo .. | 21 |
| 1.7.1. | Costo + margen utilidad basado en el costo | 21 |
| 1.7.2. | Costo + margen utilidad basado en el precio de venta | 22 |
| 1.8. | Relación entre costos y precios | 22 |
| 1.9. | Punto de Equilibrio..... | 22 |
| 2. | Diseño metodológico..... | 23 |
| 2.1. | Enfoque metodológico..... | 23 |
| 2.1.1. | Enfoque cualitativo | 23 |
| 2.1.2. | Enfoque cuantitativo | 23 |
| 2.2. | Métodos | 23 |
| 2.2.1. | Método deductivo | 23 |
| 2.2.2. | Método inductivo..... | 23 |
| 2.3. | Técnicas | 24 |
| 2.3.1. | Entrevista | 24 |
| 2.4. | Población | 24 |
| 2.4.1. | Muestra | 25 |
| 2.5. | Instrumento de recolección de datos | 25 |
| 3. | RESULTADOS | 26 |
| | Análisis pregunta 1 | 24 |
| | Análisis pregunta 2 | 24 |
| | Análisis pregunta 3 | 24 |
| | Análisis pregunta 4 | 24 |
| | Análisis pregunta 5 | 25 |
| | Análisis pregunta 6 | 25 |
| | Análisis pregunta 7 | 25 |

| | |
|----------------------------|----|
| Análisis pregunta 8 | 25 |
| Análisis pregunta 9 | 26 |
| Análisis pregunta 10 | 26 |
| Análisis pregunta 11 | 26 |
| Análisis pregunta 12 | 27 |
| Análisis pregunta 13 | 27 |
| Análisis pregunta 14 | 27 |
| Análisis pregunta 15 | 28 |
| Análisis pregunta 16 | 28 |
| Análisis pregunta 17 | 28 |
| Análisis pregunta 18 | 29 |
| Análisis pregunta 19 | 29 |
| Análisis pregunta 20 | 29 |
| Análisis pregunta 21 | 30 |
| Análisis pregunta 22 | 30 |
| Análisis pregunta 23 | 31 |
| Análisis pregunta 24 | 31 |
| Análisis pregunta 25 | 31 |
| Análisis pregunta 26 | 32 |
| Análisis pregunta 27 | 32 |
| Análisis pregunta 28 | 32 |
| Análisis pregunta 29 | 33 |
| Análisis pregunta 30 | 33 |
| Recomendaciones | 41 |
| Bibliografía | 42 |

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Resultados de la entrevista..... | 26 |
| Tabla 2 Materia prima..... | 35 |
| Tabla 3 Mano de obra | 35 |
| Tabla 4 Costos indirectos..... | 35 |

Título o tema

Gestión de costos como estrategia para fijación de precios del canelazo en la provincia de Manabí

Justificación

La gestión de costos desempeña un papel importante en el sector de la hospitalidad y hotelería, particularmente en la determinación de precios de productos como el canelazo en la provincia de Manabí, este desafío tiene un impacto significativo en la rentabilidad y la competitividad de los negocios locales, una falta de control efectivo sobre los costos puede resultar en precios mal calculados, perjudicando tanto a consumidores como a proveedores, en un entorno donde la experiencia del cliente es esencial, una gestión inadecuada puede disminuir la satisfacción, lo que repercute negativamente en la fidelidad y frecuencia de visitar de los clientes.

Los actores claves que intervienen son hoteleros, dueños de restaurantes y proveedores locales. Un incremento en los costos, sin un ajuste proporcional en los precios de ventas, puede poner en riesgo la estabilidad financiera de los negocios. Por ejemplo, si el canelazo se vende a un valor menor que su costo de producción, el establecimiento podría sufrir pérdidas económicas. Esta situación no solo perjudica a las empresas, sino que también repercute en la economía local y pone en peligro el empleo en la zona, generando un ciclo negativo para la comunidad.

Si esta problemática no se aborda, las consecuencias podrían ser graves, los productos y servicios podrían deteriorarse en calidad, afectando las evaluaciones en plataformas digitales, además, la disminución de rentabilidad limitaría la capacidad de los negocios para invertir en mejoras e innovaciones, debilitando su posición competitiva frente a establecimientos con una gestión de costos más eficiente.

La importancia abordar este tema está respaldada por investigaciones que demuestran cómo una gestión eficaz de costos puede incrementar la eficiencia operativa en hasta un 20%, asimismo, estudios han revelado que el 70% de las empresas hoteleras con controles insuficientes enfrentan serios problemas financieros.

La investigación sobre la gestión de costos del canelazo tiene como propósito brindar soluciones concretas que permitan optimizar los precios y aumentar la

rentabilidad de los negocios. Mediante la aplicación de sistemas eficientes de control de costos, los establecimientos pueden mejorar su competitividad y asegurar su estabilidad financiera. Esto no solo beneficiara a los empresarios, sino que tambien fomentara un desarrollo turístico sostenible en la región.

En definitiva, la administración estratégica de los costos para la fijación del precio del canelazo resulta clave para fortalecer el sector hotelero y turístico de Manabí. Este estudio no se limita a detectar las dificultades actuales, sino que propone estrategias viables que impulsen el crecimiento economico local y favorezcan a todos los actores involucrados.

Diseño teórico

1.1.Problema

La investigación abordará la gestión de costos como herramienta clave en la definición de precios del canelazo en la provincia de Manabí, un tema de interés creciente debido a la importancia de los productos tradicionales y su influencia en la economía local, el canelazo, bebida típica de la región, enfrenta diversos retos, como los costos asociados a su producción, la competencia del mercado y los cambios de la demanda, Manabí, con su rica diversidad cultural y dinamismo turístico, representa un escenario donde los productores deben ajustar sus estrategias para satisfacer las expectativas del mercado y de los consumidores, esto afecta tanto a los productores locales, quienes dependen de este producto como fuente de ingresos, como a los consumidores, que buscan una relación adecuada entre calidad y precio, elementos como los costos de insumos, mano de obra y transporte son importantes en la determinación del precio final, lo que subraya la necesidad de un análisis detallado de estos factores.

El estudio se delimitará al año 2024 y estará dirigido a los productores del canelazo de Manabí que participan en mercados locales y celebraciones festivas. La investigación evaluara las variaciones en los costos de producción y las tácticas de fijación de precios utilizadas para incrementar la competitividad. La cuestión central que guiara el análisis será: ¿Cómo puede una gestión eficiente de costos optimizar las estrategias de precios del canelazo y fortalecer su posición en el mercado local?

1.2.Objetivo

1.2.1. Objetivo general

Desarrollar un modelo de gestión de costos que permita optimizar la fijación de precios del canelazo en la provincia de Manabí, asegurando competitividad y rentabilidad en el mercado local.

1.2.2. Objetivos específicos

- Identificar los elementos claves del costo en el proceso de producción del canelazo que influyen en su costo total.
- Evaluar las estrategias actuales de fijación de precios utilizadas por los productores de canelazo en Manabí, comparando su efectividad frente a métodos alternativos basados en el análisis de costos.
- Proponer un sistema de gestión de costos que facilite la toma de decisiones estratégicas para la fijación de precios del canelazo.

1.3.Hipótesis

Aplicar una gestión de costos eficaz en la elaboración del canelazo en la provincia de Manabí facilita establecer precios competitivos, lo que contribuye a mejorar la rentabilidad de los productores.

1.4.Variables

1.4.1. Variables conceptuales

- Gestión de costos
- Fijación de precios
- Canelazo
- Provincia de Manabí

1.4.2. Variables operacionales

- Costos fijos
- Costos variables
- Precio de venta
- Demanda del mercado

1.4.3. Tareas científicas

- Revisión de literatura
- Análisis del mercado

- Comparativa regional

1. Marco teórico de la investigación CAPITULO I

Antecedentes investigativos

Durante el desarrollo de investigación consideré fundamental revisar estudios previos relacionados con la gestión de costos y su aplicación en la gestión de precios dentro del sector gastronómico y bebidas tradicionales, ya que estos aportan un marco referencial útil para contextualizar mis análisis del canelazo en la provincia de Manabí.

En primer lugar, me basé en el estudio de Salazar(2023), que examina toda la correcta clasificación de los costos- fijos, variables y mixtos- influye directamente en la rentabilidad de los productos en emprendimientos locales. Esta investigación me permitió entender que, en muchos casos, negocios artesanales como los productores de canelazo no realizan esta distinción, lo que provoca precios de venta poco rentables o desconectados de las condiciones reales del mercado.

Asimismo, tome como referencia el enfoque de Orellana & Condulle (2024) sobre el costo ABC el cual, aunque mas complejo resulta eficaz para conocer con mayor precisión los elementos que generan costos. Este modelo me inspiro a pensar en como los productores del canelazo podrían beneficiarse de herramientas practicas que les permitan identificar los procesos más costosos, especialmente considerando que muchos de ellos operan sin registros contables formales.

Otro antecedente importante fue el estudio de Guevara (2022), quien sostiene que las estrategias de fijación de precios deben completar tanto los costos como el valor percibido por el cliente. Este planteamiento me ayudo a reflexionar sobre la manera en que los productores de canelazo establecen sus precios, muchas veces basados en la intuición o en el contexto de las festividades, sin un análisis detallado de la relación costo-beneficio.

Tambien revisé el estudio de Maestre et al. (2023), que enfatiza la relevancia de considerar factores externos como la demanda del mercado, la competencia y la estacionalidad al momento de fijar precios. Esta visión me ayudo a comprender como el contexto turístico y cultural de Manabí incide en la venta del canelazo, especialmente en época festivas, cuando la demanda aumenta.

Por último, la investigación de Peñafiel (2024), sobre el costeo estándar me proporciono una base solida para diseñar una propuesta de sistema de costos aplicable a

los productores de canelazo, ya que facilita la previsión de gastos y la toma de decisiones estratégicas sin necesidad de contar con conocimientos técnicos especializados.

Todos estos antecedentes evidencian que existe una necesidad clara de aplicar modelos de gestión de costos sencillos pero efectivos en negocios informales o artesanales como los dedicados a la producción del canelazo. De allí nace la motivación principal de mi investigación: brindar a los productores de esta bebida tradicional una herramienta práctica que les permita optimizar sus precios, asegurar su rentabilidad y fortalecer su permanencia en el mercado local.

Costos

1.1. Definición de costos

De acuerdo con Padilla (2024), Los costos de producción son los gastos directamente vinculados con la fabricación de productos o la prestación de servicios en una empresa, estos se dividen en tres categorías principales, los costos de materia prima, que incluyen los materiales requeridos para la producción; los costos de mano de obra, que comprenden los salarios y beneficios de los empleados directamente involucrados en el proceso de la fabricación; y los costos indirectos de fabricación, que abarcan gastos como el alquiler de instalaciones, los servicios públicos y la depreciación de la maquinaria.

1.2. Elementos del costo

Según indica Pin (2023), El costo de fabricación de un producto está compuesto por tres elementos esenciales, cuando se hace referencia a los costos de producción, se incluyen tres componentes principales:

- **Materia prima (MPD):** Son los materiales que se transforman durante el proceso productivo y que pueden ser plenamente identificados o cuantificados en los productos terminados.
- **Mano de obra directa (MOD):** Se refiere a los gastos relacionados con la contratación de trabajadores, como salarios, beneficios, y otras obligaciones laborales, que pueden asociarse directamente con los productos terminados.

- **Gastos indirectos de fabricación (GIF):** También conocidos como costos indirectos, son aquellos que, aunque son necesarios para el proceso productivo, no pueden ser identificador o cuantificados directamente con productos específicos, como los costos relacionados con la maquinaria, mantenimiento o energía.

1.3.Importancia de la gestión de costos

La gestión de costos es un papel clave en el éxito de cualquier empresa, ya que permite identificar, controlar y optimizar los gastos relacionados con la producción de bienes o servicios, esta práctica no solo facilita la toma de decisiones sobre precios y rentabilidad, sino que, ayuda a establecer presupuestos realistas y a hacer un seguimiento del cumplimiento de los mismos, al implementar una gestión de costos adecuada, las empresas pueden detectar desviaciones en sus gastos, lo que les permite realizar ajustes oportunos y aumentar la eficiencia operativa, además, proporciona información valiosa para la planificación estratégica y la evaluación de la rentabilidad de productos o servicios, asegurando un equilibrio financiero esencial para el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo de la organización Carchi (2023).

1.4.Tipos de Costos

De acuerdo a lo que indica Paula & Chauca (2024), Los costos pueden organizarse en distintas categorías dependiendo del criterio utilizado, en cuando a su comportamiento, se dividen en fijos, que permanecen constantes independientemente del nivel de producción; variables, que aumentan o disminuyen según la actividad; y mixtos, que combinan características de ambos.

1.4.1. fijos

Se considera que los costos fijos son aquellos que las empresas o entidades deben cubrir independientemente de su nivel de producción o actividad, es decir, incluso si no generan producción ni ventas, estos costos son gastos obligatorios que deben realizarse, como el pago de alquiler, que debe abonarse, aunque la empresa no esté operando, González (2023).

1.4.2. Costos variables

Según Basilio (2022), los costos variables son aquellos que fluctúan en relación con el nivel de actividad dentro de un rango determinado. Estos se incrementan cuando aumenta la producción y se reduce cuando esta disminuye. Aunque su valor por unidad

permanece constante, el costo varía. Si los directivos logran anticipar los cambios en el nivel adecuado de actividad durante un periodo específico, podrán estimar como se modificarán los costos variables en ese mismo lapso.

Mixtos

Los costos mixtos están formados por una parte fija, que permanece constante sin importar el nivel de producción y una parte variable, que cambia en función del volumen de actividad, este tipo de costos combina elementos tanto de los costos fijos como de los variables, lo que les da un comportamiento dual Salazar (2023).

1.5.Métodos de cálculos de costos

Los métodos de cálculos de costos, son importantes ya que les permiten calcular el costo de producción de bienes y servicios, lo que afecta directamente la determinación de precios y la rentabilidad, entre los enfoques más comunes se encuentran el costeo completo (full costing), que asigna tanto los costos directos como los indirectos a los productos y el costo directo (direct costing), que solo incluye los costos variables y clasifica los costos fijos como gastos del período, el costeo completo es ideal para empresas que gestionan productos con precios establecidos o trabajan bajo pedidos, mientras que el costo directo es más adecuado cuando los costos variables tienen un impacto significativo y se desea medir la contribución de cada producto a la rentabilidad, Solórzano (2022).

Asimismo, existen métodos como el costeo basado en actividades (ABC), que asigna los costos según las actividades que generan gastos, y el costeo por proceso, que distribuye los costos de forma uniforme entre todas las unidades producidas en un proceso. Cada uno presenta ventajas y limitaciones: por ejemplo, el costeo basado en actividades, aunque puede ser costoso de implementar, ofrecer una visión precisa de las causas que originan los costos; mientras que el costeo por proceso resulta más eficiente para productos homogéneos, pero es menos apropiado para artículos personalizados. la elección del método más conveniente dependerá de las características y objetivos estratégicos de cada empresa.

1.5.1. Ordenes de producción

Álava (2024) considera que, El sistema de costos por órdenes de producción es un método flexible que permite a la empresa identificar y calcular los costos involucrados en cada etapa del proceso productivo, esto facilita la determinación precisa de los costos y contribuye a fijar de manera adecuada el precio de venta.

1.5.2. Costeo estándar

El costo estándar es una proyección previa de los gastos vinculados a la producción de un bien o la prestación de un servicio, sentada principalmente en el costo por unidad dentro de una escala específica. Este tipo de costos forma parte de la categoría más amplia de los costos predeterminados, junto con los costos estimados, Peñafiel (2024).

1.5.3. Costeo ABC

De acuerdo con Orellana & Condulle (2024), el sistema de costeo basado en actividades (ABC) distribuye los costos indirectos de fabricación y los gastos del periodo utilizando preferentemente, indicadores no financieros, estas medidas, conocidas como drivers de costo, deben estar estrechamente vinculadas con las actividades clave del proceso productivo, algunos ejemplos de estas bases de asignación incluyen: cantidad de montajes realizados, horas empleadas en preparar insumos, número de clientes atendidos, facturas emitidas, montos cobrados, espacio utilizado, tiempo dedicado o disponibilidad de líneas telefónicas, entre otros, pudiendo también combinarse varias de estas variables

1.6. Enfoques de fijación de precios

Guevara (2022) considera que las estrategias de fijación de precios son fundamentales para que las empresas determinen el valor de sus productos o servicios en el mercado, entre los enfoques más utilizados se encuentran la *fijación basada en costos*, que consiste en agregar un margen de beneficio a los costos de producción; la fijación basada en el valor, que toma en cuenta la percepción del cliente sobre el producto; y la fijación competitiva, que se enfoca en los precios establecidos por los competidores, también existen estrategias dinámicas que ajustan los precios según la oferta y la demanda, así como precios psicológicos, diseñados para influir en la percepción del consumidor, cada estrategia presenta ventajas y desventajas, y la elección depende de factores como el mercado objetivo, la competencia y los objetivos de la empresa.

Tapara (2021) afirma que, si los consumidores perciben que el precio de un producto no refleja el valor esperado, no lo adquirirán, por lo tanto, las empresas deben desarrollar estrategias de precios que ofrezcan valor al cliente, y al mismo tiempo, generen beneficios para la organización

Otros factores relevantes son las condiciones del mercado, las estrategias de marketing, las percepciones psicológicas sobre el precio y las regulaciones legales que pueden limitar las opciones de fijación de precios, finalmente, es necesario considerar el horizonte temporal, ya que las estrategias de precios pueden variar a corto y largo plazo debido a fluctuaciones en costos y demanda, Maestre et al. (2023).

1.7.Métodos de Cálculos para la fijación de precios basado en el costo

De acuerdo a lo que menciona (2021), El método de fijación de precios basado en los costos se basa en calcular el precio de un bien agregando al total de los costos de producción y distribución un margen de ganancia previamente establecido, esta técnica conocida como “precio con recargo” o cost-plus pricing, parte del principio de que los precios deben garantizar la recuperación completa de los costos y proporcionar un beneficio razonable a la empresa, Joel Dean, uno de los principales referentes en esta materia, sostiene que los precios deben definirse a partir del análisis detallado de los costos, sumando un margen que permitirá alcanzar el valor final, a pesar de su utilidad, este enfoque no incorpora directamente elementos externos como la demanda del mercado o la competencia, lo cual puede representar una desventaja en entornos comerciales cambiantes, no obstante, sigue siendo una herramienta eficaz para asegurar una rentabilidad básica y facilitar el proceso de toma de decisiones en materia de precios

1.7.1. Costo + margen utilidad basado en el costo

Consiste en calcular el precio de venta sumando al costo total del producto un porcentaje adicional que representa la ganancia deseada, primero, se determina el costo total, que incluye todos los costos directos e indirectos asociados a la producción, luego, se define el margen de utilidad como un porcentaje sobre ese costo, finalmente, el precio de venta se obtiene multiplicando el costo total por un más el margen de utilidad. Por ejemplo, si el costo es 1.000 y el margen es 30%, el precio será $1.000 \times 1.30 = 1.300$, este método es sencillo y asegura cubrir los costos y obtener una ganancia, aunque no

considera factores externos como la demanda o la competencia, por lo que puede ser necesario ajustarlo según el mercado, Osorio (2024).

1.7.2. Costo + margen utilidad basado en el precio de venta

La estrategia de precios conocida como costos por margen sobre el precio de venta, establece el valor final del producto de forma que la utilidad sea un porcentaje determinado del precio total, para calcularlo, se divide el costo de producto entre uno menos el porcentaje de ganancia deseado expresado en decimal. Por ejemplo, si el costo es de 1.000 y se busca un margen del 30%, se divide 1.000 entre 0.70, obteniendo un precio de venta aproximado de 1.428,57, este enfoque resulta más exacto que simplemente añadir un porcentaje al costo, ya que asegura que la utilidad represente el porcentaje previsto del precio final, facilitando una gestión financiera más eficaz, Morales (2024).

1.8. Relación entre costos y precios

Según indica González K. (2021) , la conexión entre costos y precios es crucial para la viabilidad de cualquier empresa, los costos incluyen los gastos asociados a la producción de bienes o servicios, como materiales, mano de obra y otros gastos generales, por su parte, el precio es el valor que se asigna a esos productos o servicios en el mercado, para obtener rentabilidad, es necesario que el precio cubra los costos y supere dicha cifra; sin embargo, debe estar en sintonía con la percepción del valor por parte del cliente y las condiciones del mercado, una gestión adecuada de esta relación permite a las empresas establecer estrategias de precios eficaces que no solo cubran sus costos, sino que también aseguren un margen de ganancia apropiado.

1.9. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta clave que permite a las empresas identificar el nivel de producción o ventas en el cual los ingresos igualan a los costos totales, es decir, el momento en que no se generan ni pérdidas ni ganancias, para determinarlo, es necesario conocer previamente el monto de los costos fijos, los costos variables y el precio de venta del producto, esto significa que, antes de su cálculo, los administradores deben haber llevado un análisis de costo-volumen-utilidad (CVU), Alvarado (2020).

2. Diseño metodológico

2.1. Enfoque metodológico

La investigación sobre la gestión de costos como estrategia para fijación de precios del canelazo en la provincia de Manabí, se centrará en un enfoque mixto utilizando encuestas estructuradas como principal herramienta de recolección de datos.

2.1.1. Enfoque cualitativo

Se orienta a explorar a fondo fenómenos sociales o humanos, basándose en la recopilación y análisis de datos no numéricos como percepciones, vivencias y significados, este enfoque emplea métodos como entrevistas en profundidad, observación directa y grupos focales, buscando interpretar la realidad desde el punto de vista de los participantes, Corona (2019).

2.1.2. Enfoque cuantitativo

De acuerdo a Rodríguez (2024)., Se centra en el estudio de variables medibles mediante herramientas como encuestas, experimentos y técnicas estadísticas, su propósito es comprobar hipótesis, obtener resultados objetivos y extrapolables, y lo hace aplicando un razonamiento deductivo sobre muestras representativas.

2.2. Métodos

Los métodos en una investigación se refieren a las estrategias y procedimientos organizados que se emplean para realizar el estudio, estas técnicas están orientadas a la recopilación, análisis y presentación de datos con el fin de abordar las preguntas planteadas o validar hipótesis, la elección de los métodos puede variar según el tipo de investigación y el área de estudio, aunque comúnmente se clasifican en dos categorías principales:

2.2.1. Método deductivo

De acuerdo con Chuga (2024), El método deductivo consiste en extraer conclusiones que son lógicas y necesarias a partir de una teoría o un conjunto de premisas, siempre que estas premisas sean verdaderas.

2.2.2. Método inductivo

El método inductivo, también conocido como inductivismo, es un enfoque científico que permite llegar a conclusiones generales basadas en premisas específicas,

este método es uno de los más comunes en la investigación científica y se distingue por cuatro etapas fundamentales, primero, la observación y el registro de todos los hechos, el segundo, el análisis y la clasificación de estos hechos, tercero, la formulación de una generalización a partir de los datos observados; y finalmente, la verificación o contrastación de dicha generalización, Paredes (2015)

Aplicaré el método deductivo porque me permitirá partir de teorías y principios generales sobre gestión y control de costos para luego analizar cómo estos se aplican específicamente en la fijación de precios del canelazo, este método es adecuado porque facilita un razonamiento lógico y estructurado, partiendo de conceptos generales de contabilidad de costos y estrategias empresarial para llegar a conclusiones concretas sobre la realidad particular del mercado del canelazo en Manabí.

2.3.Técnicas

Las técnicas en una investigación son herramientas o métodos concretos que se utilizan para recolectar, analizar o interpretar datos con el propósito de responder a las preguntas de investigación o cumplir con los objetivos del estudio, estas técnicas constituyen elementos prácticos que forman parte del proceso investigativo, frecuentemente, se emplean junto con métodos más amplios para obtener información detallada y específica.

2.3.1. Entrevista

En la investigación cualitativa, la entrevista constituye una herramienta valiosa para recolectar información. Se entiende como un diálogo con un objetivo específico que va más allá de una conversación casual. Es un instrumento técnico que se aproxima a un intercambio informal. Según la definición, se trata de "La interacción interpersonal entre el investigador y el participante, mediante la cual se obtienen respuestas verbales a las preguntas formuladas sobre el problema en estudio" Feria et al., (2020). Se realizarán encuestas a personas que elaboran el canelazo en distintas partes de la provincia de Manabí

2.4.Población

La población se define como el conjunto de elementos que se desea estudiar para comprender sus características o alguna de ellas, y sobre la cual se validarán las

conclusiones alcanzadas en la investigación, Flores (2024). Mi población será de 30 personas

2.4.1. Muestra

Según indica Yuquilema (2024), una muestra es un grupo representativo extraído de una población más amplia, que se utiliza en estudios para deducir características del conjunto, su selección busca simplificar el proceso de investigación, ya que examinar a toda la población puede resultar poco práctico o costoso, la muestra para la investigación es de 5 personas

2.5. Instrumento de recolección de datos

Para el desarrollo de este trabajo de investigación se diseñaron como instrumentos de recolección de datos, una ficha de observación (observación directa) y cuestionario semiestructurado para aplicar la entrevista a los cinco productores seleccionados de la zona costera de Manabí.

3. RESULTADOS

Para cumplir con los objetivos específicos uno y dos de esta investigación se aplicaron técnicas de observación y entrevista para recopilar información, con instrumentos elaborados por el autor como ficha de observación y cuestionario de entrevista semiestructurado

En base a los datos recopilados y precios referenciales del mercado, la producción del canelazo resulto rentable, generando una buena ganancia sobre el costo invertido. Esto confirma que el producto no solo es viable desde el punto de vista gastronómico, sino también económicamente sostenible para su producción artesanal y comercialización en pequeña escala

En primer lugar, se aplicó la entrevista a cinco productores de canelazo de la provincia de Manabí, localizados en los cantones de Manta, Montecristi, Portoviejo, Rocafuerte y Junín seleccionados por conveniencia ya que son pocos los productores identificados en la provincia y no existe un catastro de ellos en las diversas municipales. Esta entrevista estuvo compuesta de 30 preguntas semiestructuradas, cuyas respuestas se encuentran resumidas en la tabla.

Tabla 1 Resultados de la entrevista

| Preguntas | Entrevistados/as | | | | |
|---|---|--|--|--|--|
| | Entrevista 1 | Entrevista 2 | Entrevista 3 | Entrevista 4 | Entrevista 5 |
| Productor Entrevistado | Segundo Zambrano | Carlos Cedeño | Julio Zambrano | Jorge Méndez | Ximena Castro |
| Edad Productor | 63 años | 60 años | 50 años | 40 años | 50 años |
| 1. ¿Como comenzó a preparar y vender canelazo? | Esto comenzó en las fiestas del barrio, para compartir con los vecinos y los pescadores. Un día, la gente que paseaba por | Empecé en las fiestas de la Virgen, para los vecinos. Como gustó, empecé a vender en la feria. | Empecé en las novenas y fiestas de la parroquia. Después, la gente del mercado me pidió y así empecé a vender. | Empecé en las fiestas de San Pedro y también las de san Roque para compartir con los compadres. Luego, la gente me | Al principio lo hacía para las celebraciones del pueblo, especialmente para los artesanos y amigos. Con el tiempo, los visitantes de |

| Preguntas | Entrevistados/as | | | | |
|--|--|---|--|---|--|
| | Entrevista 1 | Entrevista 2 | Entrevista 3 | Entrevista 4 | Entrevista 5 |
| | el malecón me pidió que les venda, y así se volvió negocio. | | | pedía para reuniones. | la feria comenzaron a pedirme y así fue como empecé a comercializarlo. |
| 2. ¿Qué significa para usted esta bebida en su vida y en la comunidad? | El canelazo aquí es símbolo de unión, sobre todo en las noches frescas junto al mar. Es una tradición manteña que alegra las reuniones. | Es parte del alma rocafortense, acompaña las reuniones y celebraciones . | Es tradición portovejense, no falta en las reuniones familiares. | Es tradición juninense, símbolo de amistad y alegría. | Es parte de la identidad montecristense, acompaña las celebraciones . |
| 3. ¿Se transmite esta receta dentro de su familia o comunidad? | Por supuesto, mi abuela lo hacía en las fiestas patronales y mi mamá también. Ahora yo enseño a mis nietos. | Claro, mi mamá me enseñó y ahora mi hija también sabe. | Sí, es receta de familia, la pasamos de generación en generación. | Sí, mi abuela la hacía y ahora mis hijos también saben. | Sí, mi madre me enseñó y ahora mi nuera sigue la tradición. |
| 4. ¿Podría explicarme paso a paso cómo prepara usted el canelazo? | Primero pongo a hervir agüita con canela, clavo y naranjilla. Cuando ya está bien cocido, le echo el aguardiente. Tiene que hervir otra vez, pero no mucho, para que no se evapore el trago. | Hervir agua con canela, clavo y naranjilla. Cuando está listo, le echo el aguardiente y lo dejo hervir un poco más. | Hervir agua con canela, clavo de olor o todas las especies como le llaman, piña, panela y naranjilla. Cuando está bien, le pongo el aguardiente y ya está. | Hervir agua con canela, clavo y naranjilla. Luego, le pongo el aguardiente y dejo hervir un poco más. | Hervir agua con canela todas las cositas dulces y naranjilla y dejo hervir más hasta que ya vea que este |
| 5. ¿Qué ingredientes utiliza y cómo | Uso naranjilla, canela, clavo, | Uso naranjilla, canela, clavo, | Piña, naranjilla, canela, clavo | Naranjilla, canela, clavo, azúcar y | Naranjilla, canela, como le digo todas |

| Preguntas | Entrevistados/as | | | | |
|---|---|--|---|---|---|
| | Entrevista 1 | Entrevista 2 | Entrevista 3 | Entrevista 4 | Entrevista 5 |
| decide las cantidades? | azúcar y aguardiente. Las cantidades las calculo al ojo, según cuántos vasos voy a preparar. | azúcar y aguardiente. Las cantidades las calculo según la cantidad de gente. | de olor, panela, azúcar y aguardiente. Las cantidades las sé al ojo como diríamos por aquí | aguardiente. Las cantidades las calculo según la gente. | las especies, azúcar y aguardiente. Las cantidades las calculo según la gente. |
| 6. ¿Existen diferencias entre el canelazo de su zona y el de otras regiones? | Sí, aquí le ponemos más naranjilla y a veces un toque de limón, para darle ese sabor costeño. | Aquí usamos la naranjilla de la zona y un poco más de canela. En otros lados usan panela, pero aquí preferimos azúcar. | Aquí le ponemos más naranjilla y un poco de clavo, para el toque especial, pero en otras partes no sé cómo lo hagan ya que yo hago como me enseñaron hacer. | Aquí usamos la naranjilla de la finca y a veces panela, según la cosecha. | Sí, aquí le ponemos más naranjilla y a veces un toque de esencia de vainilla que le da un sabor especial. |
| 7. ¿Ha cambiado la receta o el proceso con el tiempo? ¿Por qué? | Un poco, antes usaba olla de barro, pero ahora con las de aluminio es más rápido. | Sí, antes usaba olla de barro, ahora uso aluminio más rápido creo yo. | Sí, ahora uso olla de aluminio, antes era de barro, usted sabe que con el tiempo todo va cambiando | No, siempre lo hago en olla de barro, así sale más bueno | Sí, antes usaba ollas de barro, pero ahora empleo ollas de aluminio porque son más prácticas y duraderas. |
| 8. ¿Qué utensilios o herramientas usa durante la preparación? | Olla grande, cucharón, colador y el fogón. A veces cocino con gas, otras con leña. | Olla grande, cucharón, colador y fogón. A veces gas, a veces leña. | Me gusta tener cucharones para revolver ollas grandes, cedazo para colar todo lo que se le ha puesto al canelazo | Todo lo que se necesita como las ollas, cucharón, las botellas en donde se va a poner el canelazo | Uso una olla grande, un cucharón para revolver, un colador para filtrar y el fogón para cocinar. |
| 9. ¿Cuánto tiempo tarda en preparar | Una hora y media, desde que lavo la fruta hasta que está listo. | Más o menos una hora y media. | Una hora y media, más o menos, dependiendo | Dos horas dependiendo la leña | Más o menos una hora y media desde que empiezo |

| Preguntas | Entrevistados/as | | | | |
|---|---|--|--|---|--|
| | Entrevista 1 | Entrevista 2 | Entrevista 3 | Entrevista 4 | Entrevista 5 |
| una tanda de canelazo? | | | que tanto me ponga hacer | | hasta que está listo. |
| 10. ¿Cuántas personas se requieren para la elaboración del canelazo en el tiempo indicado? | Yo solo puedo, pero cuando hago mucho, me ayuda mi esposa. | Yo solo, pero cuando es mucho, me ayuda mi hija. | Yo solo, a veces me ayuda mi hijo cuando puede porque también sabe hacer. | Yo solo, a veces me ayuda mi esposa. | Generalment e lo hago solo, aunque a veces mi esposa me ayuda. |
| 11. ¿Qué cuidados especiales se deben tener en la preparación? | Que no se queme ni se corte la bebida, y que el aguardiente no sea demasiado. | No dejar que se queme ni que el aguardiente se evapore. | Que no se ahúme o se seque la olla, ni se pase el trago. | Que no se consuma el agua ni se quemem los ingredientes. | Me aseguro de que no se queme y de que el aguardiente no se evapore demasiado para conservar el sabor. |
| 12. ¿Cómo calcula cuánto le cuesta preparar un litro o una tanda de canelazo? | Saco la cuenta de lo que gasto en fruta, azúcar y trago. Pregunto precios en la tienda. | Saco cuentas de lo que gasto en la tienda y lo que recojo de la finca. | Saco cuentas de las fruta, panela, azúcar y las especies. Aunque ya aquí el azúcar ya no es tanto que se gasta porque lleva panela | Saco cuentas de la fruta que es lo más importante azúcar y el trago aquí me sale barato porque como lo sacan de aquí de Junín no me cuesta mucho porque voy directamente a las fabricas | Sumo el precio de la fruta, el azúcar y el aguardiente para obtener el costo total. |
| 13. ¿Qué gastos considera más importantes o difíciles de controlar? | El aguardiente, porque sube de precio seguido. También la naranjilla si no hay en la finca. | El aguardiente y la naranjilla, porque a veces suben de precio. | Bueno a veces la piña, naranjilla y el trago también hay que saberlo comprar porque a veces lo rebajan y para eso se necesita el fuerte. | Las frutas porque saben subir de precios. | El aguardiente y la naranjilla son los ingredientes que más afectan el costo. |

| Preguntas | Entrevistados/as | | | | |
|---|--|--|--|---|---|
| | Entrevista 1 | Entrevista 2 | Entrevista 3 | Entrevista 4 | Entrevista 5 |
| 14. ¿Ha tenido que ajustar la cantidad o calidad de los ingredientes por el precio o disponibilidad? | Sí, cuando el trago está caro, le pongo un poco menos, pero que quede igual que bueno. | Sí, si la fruta está cara, uso menos, pero siempre trato de que quede sabroso. | Sí, a veces hay que poner menos si está caro. | No, la gente cuando es trago paga nomas y no se dan cuenta del precio | Sí, cuando los precios suben, a veces reduzco un poco la cantidad para mantener el negocio. |
| 15. ¿Cómo decide el precio al que vende el canelazo? | Veo el costo y le sumo algo para la ganancia, pero sin exagerar. | Saco el costo y le sumo algo para la ganancia, pero sin pasarse. | Saco el costo y sumo algo para ganar, como para ayudarse un poco pero no es mucho la verdad. | Saco el costo y sumo algo para ver un poco ganancias. | Calculo el costo total y le agrego un margen para obtener ganancia. |
| 16. ¿Ha cambiado el precio en diferentes épocas del año o en eventos especiales? | Sí, en fiestas o ferias sube un poco, pero igual la gente compra. | Sí, en fiestas sube un poco, porque todo sube. | Sí, en fiestas sube un poco, porque vienen gente de otras partes y lo consumen bastante. | Bueno cuando son días normales se vende a precio bajo y cuando se vienen las fiestas ahí si se sube el precio | Sí, durante las fiestas el precio suele subir un poco por la demanda. |
| 17. ¿Qué factores toma en cuenta para subir o bajar el precio? | Si sube el precio de la fruta o el trago, subo el precio del canelazo. | El costo de los ingredientes. | El costo de los ingredientes, eso es necesario ya que sube el azúcar y por eso también utilizo panela. | El costo de los ingredientes y las temporadas | Principalmente el costo de los ingredientes y la demanda del momento. |
| 18. ¿Quiénes son sus principales | Vecinos, turistas del malecón y jóvenes que | Vecinos, gente de la feria y visitantes. | Vecinos, gente del mercado y turistas | Gente de la comunidad y visitantes. | Vecinos del barrio, visitantes de la feria y turistas que |

| Preguntas | Entrevistados/as | | | | |
|---|--|---|---|---|--|
| | Entrevista 1 | Entrevista 2 | Entrevista 3 | Entrevista 4 | Entrevista 5 |
| compradores ? | salen en la noche. | | cuando son las fiestas. | | llegan al pueblo. |
| 19. ¿Qué le han dicho los clientes sobre el precio o la calidad del canelazo? | Dicen que está rico y que calienta bien. Algunos piden más fuerte o más dulce. | Que está bien sabroso y calienta el cuerpo. | El precio bien y también me dicen que esta está rico y calienta bien y más en estos tiempos de frío | Que está rico y calienta bien. | Los clientes dicen que está delicioso y que es ideal para entrar en calor. |
| 20. ¿Ha recibido sugerencias o críticas que hayan influido en cómo fija el precio? | Sí, algunos dicen: “Póngale más trago, yo pago más”, así que hago por encargo. | Sí, algunos piden más fuerte y pagan más. | Criticas le cuento que no, y del precio no se quejan tampoco | No, no me dicen nada y por el precio tampoco | Algunos piden que sea más fuerte y están dispuestos a pagar un poco más por eso. |
| 21. ¿Cuáles son las mayores dificultades que enfrenta para llevar un control de sus costos y precios? | Que los precios cambian y a veces no apunto todo lo que gasto. | Que los precios cambian y a veces no apunto todo. | Que los precios cambian mucho por las cosas que saben subir de precios, ahí si hay que | Que los precios cambian mucho. | Los precios de los ingredientes hacen complicado mantener un control exacto, ya que a veces varían mucho |
| 22. ¿Qué le gustaría aprender o mejorar para manejar mejor sus costos y precios? | Aprender a llevar cuentas más exactas, para saber bien cuánto gano. | Llevar mejor las cuentas. | Llevar mejor las cuentas, porque no soy bueno para las matemáticas. | Llevar mejor las cuentas. | Me gustaría aprender a llevar un registro más detallado y organizado de mis gastos. |
| 23. ¿Cómo cree que podría crecer su negocio en el futuro? | Vendiendo en otros lados, en botellas o con marca, como hacen otros. | Vendiendo en botellas bonitas y en más ferias. | Vendiendo en botellas con marca y registro sanitario. | Que la gente me conozca más y sepa lo que vendo | Me gustaría vender canelazo embotellado con una marca propia para llegar a más clientes. |

| Preguntas | Entrevistados/as | | | | |
|---|--|--|--|---|--|
| | Entrevista 1 | Entrevista 2 | Entrevista 3 | Entrevista 4 | Entrevista 5 |
| 24. ¿Comercializa usted el canelazo? ¿Como lo comercializa, tiene puntos de ventas fijos? ¿Qué presentación maneja (vaso caliente, botella, etc.)? | Sí, vendo en el malecón y en fiestas. Lo sirvo en vaso y si quieren, en botella para llevar. | Lo vendo en la feria, en vaso y en botellas si me piden. | Lo vendo en el mercado, en vaso y en botellas. | Lo vendo en fiestas, en vaso y en botellas. | Lo vendo en la feria artesanal, tanto en vasos calientes como en botellas para llevar. |
| 25. ¿Qué tan rentable considera usted este negocio? | Me ayuda, no me hace rico, pero siempre hay quien compra. | Me ayuda, es un ingreso extra. | Me ayuda, un poco porque igual dejo para seguir invirtiendo. | Si da plata si queda para cualquier cosita | Es un ingreso adicional que me ayuda bastante. |
| 26. ¿Ha pensado en formalizar su emprendimiento? ¿Por qué sí o por qué no? | Sí, pero no sé cómo hacer los papeles y me asusta eso de los impuestos. | He pensado, pero no sé cómo hacer los papeles. | Sí, pero no sé cómo hacer los papeles. | No, así nomás está bien porque igual tengo mis clientes fijos | Sí, pero no sé bien cómo hacer los trámites para legalizarlo. |
| 27. ¿Qué cree que necesitaría para vender su canelazo en mercados más grandes o tiendas? | Una marca, buenas botellas y permisos. | Permisos, marca y botellas bonitas. | Permisos, marca y botellas. | Permisos, marca y botellas y plata también | Permisos sanitarios, una marca registrada y envases adecuados para la venta. |
| 28. ¿Hay algo más que quiera contarme sobre su experiencia con el canelazo y la forma en que maneja sus costos y precios? | Me gusta hacerlo, me da orgullo y me alegra ver a la gente disfrutarlo | Me siento orgulloso de mantener la tradición. | Me gusta ver a la gente disfrutarlo. | Me gusta ver que la gente llega a comprar y al rato viene por mas | Me alegra mucho ver a la gente disfrutar del canelazo y saber que mantengo viva una tradición. |
| 29. ¿Qué consejo le daría a alguien que | Que lo haga con cariño y | Que lo haga con amor y | Que lo haga con cariño y | Que haga las cosas con amor | Que lo haga con dedicación, |

| Preguntas | Entrevistados/as | | | | |
|---|---|---|---|--|---|
| | Entrevista 1 | Entrevista 2 | Entrevista 3 | Entrevista 4 | Entrevista 5 |
| quiere empezar a producir y vender canelazo? | cuido la receta. | la respete la receta. | la cuido la receta. | | cuidando la receta y poniendo mucho cariño en cada preparación. |
| 30. ¿Cuál es el costo de producción y cuál sería el precio de venta al público una vez realizado el producto? | Me cuesta unos \$0,80 el litro y lo vendo a \$1,50 o \$2 el vaso, y hasta \$4 la botella. | Me cuesta \$1,00 el litro y lo vendo a \$2,00 | Me cuesta \$0,80 el litro y lo vendo a \$1,50 o \$2 el vaso | Me cuesta \$1,00 el medio litro y a \$ 2,00 el litro | Producir un litro me cuesta aproximadamente \$0,80 pero lo vendo a \$2,00 |

Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, se realizó el proceso de observación de la producción del canelazo a dos de los entrevistados que estuvieron dispuestos a colaborar en esta investigación, para lo cual se elaboró un ficha de observación por cada productor, las que se pueden visualizar a continuación.

| Ingredientes | Cantidad | Cantidad |
|---------------------|---------------------|----------------|
| Agua | 4 litros | 4 litros |
| Naranjilla | 5 unidades | 4 unidades |
| Piña | 1 unidad | 1 unidad |
| Maracuyá | 3 unidades | – |
| Clavo de olor | 40 unidades | 15 unidades |
| Anís estrellado | 10 unidades | 10 unidades |
| Esencia de vainilla | – | 15 ml |
| Canela | 3 ramas | 2 ramas |
| Panela | Media libra / 227gr | 1 libra/ 454gr |

| | | |
|-------------|---------------|----------------|
| Azúcar | 3 taza /600gr | 1 tazas/ 200gr |
| Aguardiente | 1000ml | 1000ml |

Dentro de las dos elaboraciones del canelazo, se observa que en la mayoría de los ingredientes utilizados son los mismos, ya que ambas recetas respetan la base tradicional de esta bebida típica. Sin embargo, hay ciertas diferencias importantes que reflejan variaciones personales o culturales en la forma de preparar esta bebida. Una de las diferencias es el uso del maracuyá en una de las recetas ya que puede deberse al toque ácido para balancear el dulzor de los otros ingredientes. También se puede destacar una diferencia en las proporciones de panela y azúcar, ya que puede ser por el color más oscuro y un sabor más profundo y característico de la panela. Este tipo de preparación suele ser más valorada por personas que prefieren un canelazo más tradicional y auténtico.

En cumplimiento del **objetivo específico 1: *Identificar los elementos claves del costo en el proceso de producción del canelazo que influyen en su costo total***, se procedió a analizar las preguntas desde número cuatro hasta la doce y comparando con los datos obtenidos de la ficha de observación aplicada a dos productores que permitieron participar en el proceso de elaboración del canelazo, se resumen en la siguiente tabla.

El análisis financiero básico evidencia el modelo de negocio de pequeño volumen y margen moderado, que sin embargo asegura que la actividad sea viable como fuente de ingresos complementarios. Estas cifras también ofrecen un punto de partida para la estructuración de un plan financiero más detallado en etapas de formalización y expansión.

1. Proceso de elaboración del canelazo

Productor 1: Para la elaboración del canelazo se utilizó 4 litros de agua, así mismo se procedió a lavar las naranjillas y se cortó en pedazos para agregarle, la maracuyá se le sacó el jugo para también incorporarle, la piña se lavó bien se peló, se le agregó en pedazos y las cáscaras también fueron agregadas, seguido las especias como fueron el

clavo de olor, anís estrellado, canela y la panela se prendió fuego y se dejó hervir una hora, después de ese tiempo se procedió a probar para así agregarle el azúcar hasta que estuviera bien de dulce, se dejó hervir una hora más hasta que todos los ingredientes estuvieran totalmente cocinados. Después de dos horas se procedió a retirarlo del fuego y cernir, en el cual, de haber empezado con 4 litros, salieron 3 pero al momento de agregarle el aguardiente que fue 1 litro quedo en 4 litros y estos fueron envasados en 19 botellas de vidrio de 210 ml el cual equivale a (3990ml) para así venderlas a \$1.50 C/U

Productor 2: En esta elaboración se usaron casi los mismos ingredientes, menos la maracuyá pero al momento de la cocción dejaron que hirviera primero el agua para después proceder agregar los ingredientes como fueron la naranjilla, la piña y la cascara de la misma, anís estrellado, canela, panela, clavo de olor y el azúcar dejando que se cocieran y se evaporaran bien los ingredientes, después de que la preparación ya casi estuviera le agrego lo que fue la esencia de vainilla, después de esto le bajo a la llama, ya que en total hirvió 1 hora 45 minutos se cernió y se le agrego lo que fue el aguardiente. En total con el aguardiente incluido salieron 4 litros (4.000 ml) las cuales también fueron envasadas en botellas de vidrio.

En cumplimiento del **objetivo específico 2: *Evaluar las estrategias actuales de fijación de precios utilizadas por los productores de canelazo en Manabí, comparando su efectividad frente a métodos alternativos basados en el análisis de costos.***

Análisis pregunta 1

Los participantes relatan que comenzaron a preparar y vender canelazo de manera espontánea, a partir de encuentros comunitarios como fiestas patronales, novenas y eventos barriales. En un inicio, esta bebida se compartía en familia o entre vecinos, como parte de la tradición festiva. Sin embargo, con el tiempo, las personas empezaron a solicitarla para llevar o para ocasiones distintas, lo que motivó a los entrevistados a comercializarla. Este paso refleja cómo una costumbre hogareña y colectiva puede evolucionar hacia una actividad económica, sin perder su esencia de convivencia y celebración.

Análisis pregunta 2

Para los entrevistados, el canelazo tiene un valor simbólico y emocional significativo. No solo es una bebida típica, sino un emblema de la identidad cultural local. Se asocia con momentos de alegría, reuniones familiares y celebraciones comunitarias, reforzando el sentido de pertenencia. También es considerado un símbolo de hospitalidad y calor humano, que permite mantener vivas las costumbres y tradiciones a través de las generaciones.

Análisis pregunta 3

Existe una clara transmisión del conocimiento del canelazo entre generaciones. Las personas aprendieron a prepararlo observando y colaborando con madres, abuelas o familiares mayores, y hoy en día comparten esta enseñanza con hijos, nietos o nueras. Aunque cada familia puede darle su toque, la base de la receta se conserva, lo que convierte al canelazo en un patrimonio cultural compartido y vivo.

Análisis pregunta 4

De acuerdo a la entrevista los productores manifestaron que el canelazo se elaboraba con una estructura común de hervir el agua con canela, clavo de olor y naranjilla; sin embargo, en el proceso de observación se pudo evidenciar que utilizaron algunos ingredientes adicionales como piña, panela o vainilla. Así mismo existen materiales indirectos que no fueron manifestados por ejemplo las botellas. El proceso requiere experiencia y atención para lograr el sabor característico, y muchos lo describen como una práctica artesanal basada en la intuición.

Análisis pregunta 5

Los componentes principales incluyen naranjilla, canela, clavo, azúcar o panela y aguardiente. Las cantidades se determinan según el número de personas y el gusto, de forma intuitiva. Pero esto conlleva a no tener un cálculo exacto ya que podría ocasionar pérdidas del producto por el mal manejo de las medidas exactas. Esto permitiría adaptar la receta a la disponibilidad de insumos y preferencias de los consumidores.

Análisis pregunta 6

Sí, hay diferencias dependiendo de la zona. Por ejemplo, en la región costera se emplea más naranjilla y, en ocasiones, se añaden cítricos o especias adicionales. También varía el uso de azúcar o panela. Estas diferencias reflejan la diversidad cultural del país y cómo cada comunidad adapta la receta según sus costumbres.

Análisis pregunta 7

Los cambios en el proceso de preparación han sido principalmente instrumentales. Tradicionalmente, se empleaban ollas de barro, que han sido reemplazadas gradualmente por recipientes de metal como aluminio o acero inoxidable, debido a su mayor resistencia, facilidad de limpieza y eficiencia en la conducción del calor. Esta transición responde a la necesidad de optimizar tiempos y simplificar el manejo de los utensilios en entornos de producción más demandantes.

No obstante, algunos productores opinan que las ollas de barro conferían un sabor y aroma característico al producto final, lo que refleja un conflicto entre modernización del proceso y la conservación de técnicas tradicionales. Este fenómeno representa un caso concreto de cómo la innovación técnica puede entrar en conflicto con el valor simbólico y sensorial de los métodos tradicionales.

Análisis pregunta 8

El equipo básico para elaborar el canelazo consiste en una olla de gran capacidad, un cucharón para remover, un colador para filtrar residuos y un sistema de cocción, que puede funcionar con leña o gas. La elección de estas herramientas responde a criterios de disponibilidad, costo y facilidad de uso, lo cual refleja un modelo de producción adaptativo.

La permanencia de utensilios tradicionales junto con la incorporación de tecnologías más modernas indica una coexistencia funcional entre métodos heredados y recursos contemporáneos. Esta combinación favorece la sostenibilidad del proceso artesanal al mantener bajos costos operativos y permitir cierta flexibilidad en contextos urbanos y rurales.

Análisis pregunta 9

El tiempo estimado de preparación para una tanda de canelazo oscila entre una hora y media y dos horas, dependiendo del volumen de producción y del tipo de fuente de calor utilizada. Este periodo contempla desde la preparación de los ingredientes hasta el embotellado o el servicio del producto final.

Contar con una estimación temporal clara permite organizar mejor la producción y planificar la participación en eventos o ferias, lo cual es clave para maximizar eficiencia y responder a picos de demanda. Asimismo, esta planificación contribuye a la viabilidad operativa del emprendimiento y a la mejora del rendimiento laboral.

Análisis pregunta 10

La producción del canelazo suele ser una tarea asumida por una sola persona, especialmente en contextos de baja demanda. Sin embargo, en temporadas altas o durante eventos de gran afluencia, es común contar con la colaboración de familiares o personas cercanas para agilizar la elaboración y el servicio, reforzando así el carácter familiar y colaborativo del emprendimiento.

Este modelo de producción flexible y a pequeña escala evidencia la lógica del microemprendimiento doméstico, donde se prioriza la autosuficiencia y se minimizan los costos de operación. Sin embargo, esta misma estructura limita el potencial de crecimiento si no se incorpora mano de obra externa o mecanismos de automatización que permitan escalar la producción sin afectar la calidad.

Análisis pregunta 11

Durante la elaboración del canelazo, se deben mantener condiciones específicas que aseguren la calidad sensorial del producto. Uno de los aspectos más importantes es controlar la temperatura para evitar la evaporación excesiva del alcohol y prevenir que la bebida se queme, lo que comprometería tanto el sabor como la textura. Estos controles de temperatura son fundamentales para mantener la calidad del producto final.

Este tipo de manejo evidencia un conocimiento práctico avanzado por parte del productor, en el que la experiencia y la percepción sensorial son clave para garantizar la calidad. La exactitud basada en la observación durante estas etapas refleja la destreza culinaria artesanal, especialmente importante en contextos donde no se emplean herramientas de medición estandarizadas.

Análisis pregunta 12

El costo de producción se calcula de manera empírica, sumando el valor de los insumos básicos como fruta, azúcar o panela, y aguardiente. Este cálculo se fundamenta en los precios vigentes en el mercado local y en la experiencia personal adquirida por el productor. Aunque esta metodología no se apoya en registros contables formales, permite establecer un rango general de inversión por tanda elaborada.

Esta forma básica de estimación resulta funcional en microemprendimientos, aunque limita la posibilidad de realizar análisis financieros detallados o implementar estrategias de optimización de costos. La incorporación de herramientas contables sencillas podría fortalecer la gestión financiera y mejorar la rentabilidad del negocio a mediano plazo.

Análisis pregunta 13

Los costos asociados a ingredientes como el aguardiente y la naranjilla son identificados como los más inestables y difíciles de prever, debido a su alta sensibilidad a factores externos como la estacionalidad o la oferta local. Esta variabilidad representa un desafío para el cálculo de márgenes de ganancia y para el mantenimiento de la calidad, especialmente cuando se deben hacer ajustes que comprometen la fórmula original.

Estas fluctuaciones también reflejan una vulnerabilidad estructural del modelo de producción artesanal frente a condiciones macroeconómicas y políticas, como regulaciones sobre bebidas alcohólicas o la volatilidad de precios agrícolas. Esto subraya la necesidad de implementar mecanismos de adaptación o diversificación de proveedores para mitigar riesgos financieros.

Análisis pregunta 14

Ante la inestabilidad en los precios y el acceso a determinados insumos, algunos productores han optado por reducir cantidades o sustituir ingredientes, intentando equilibrar rentabilidad y calidad. Esta práctica evidencia una estrategia de adaptación funcional a las dinámicas del mercado, típica de los emprendimientos de pequeña escala.

Sin embargo, dichas modificaciones pueden influir en la percepción que el consumidor tiene sobre la autenticidad del producto. Por esta razón, es fundamental que estas decisiones se adopten con un respaldo técnico y se comuniquen de manera clara al cliente, a fin de conservar su confianza y resguardar el valor simbólico del canelazo como producto tradicional.

Análisis pregunta 15

La fijación del precio de venta se basa en un cálculo informal que suma los costos directos de producción más un margen de ganancia estimado, considerando también la competencia y el poder adquisitivo del público objetivo. Esta estrategia permite ofrecer un precio accesible y competitivo, adecuado para el contexto de economía popular en el que se desarrolla la actividad.

Aunque útil para microemprendimientos, esta metodología puede volverse insuficiente si se busca ingresar en mercados más amplios o formales. En esos casos, se vuelve necesario aplicar herramientas de análisis de costos más sofisticadas, así como estrategias de marketing y posicionamiento que permitan ajustar los precios según segmentos de mercado y elasticidades de demanda.

Análisis pregunta 16

El precio del canelazo tiende a incrementarse en fechas festivas, eventos comunitarios o ferias locales, cuando se presenta una mayor demanda por parte de consumidores. Este comportamiento estacional permite a los productores ajustar el valor de venta según el contexto, maximizando ingresos durante los periodos de mayor rotación de producto y compensando los costos variables.

Dicha dinámica responde a una estrategia económica basada en la elasticidad precio-demanda y en la capacidad de adaptación frente a factores culturales y sociales. Aunque este modelo permite flexibilidad en entornos informales, también requiere una adecuada planificación para evitar faltantes, sobreproducción o pérdidas fuera de temporada.

Análisis pregunta 17

Los ajustes en el precio de venta dependen principalmente de dos elementos: el costo de los insumos y la variabilidad en la demanda. Cuando el costo de insumos esenciales, como el aguardiente o la fruta, se eleva de forma notable los productores suelen trasladar parte de ese aumento al precio que paga el consumidor. Del mismo modo,

en temporadas festivas, el incremento de la demanda se puede justificar un precio más alto.

Esta práctica representa un enfoque reactivo pero efectivo para micro emprendedores que trabajen en mercados informales o semiformales. No obstante, en escenarios de crecimiento o formalización, resulta recomendable implementar métodos de análisis de costos más estructuradas y considerar factores como la competencia, la segmentación del mercado y el valor percibido del producto.

Análisis pregunta 18

Los consumidores del canelazo son mayoritariamente miembros de la comunidad local, transeúntes, turistas y asistentes a eventos culturales o ferias populares. Este grupo representa un mercado diverso, aunque predomina el consumo ocasional y estacional. La aceptación del producto en estos segmentos evidencia su enraizamiento cultural y su funcionalidad como bebida típica de interacción social.

La presencia de turistas destaca una oportunidad estratégica para consolidar al canelazo como parte de la oferta gastronómica identitaria del territorio. Esto puede facilitar su promoción en circuitos turísticos mediante estrategias de marca, narrativas culturales y propuestas de valor diferenciadas.

Análisis pregunta 19

Las opiniones de los consumidores han sido en su mayoría favorables, destacando la calidad, el sabor y el efecto reconfortante del canelazo, especialmente en climas fríos o eventos nocturnos. Algunas personas manifiestan preferencias individuales respecto al nivel de dulzura o la intensidad alcohólica, lo cual indica la necesidad de cierto grado de personalización en la elaboración.

Esta retroalimentación directa actúa como una herramienta de evaluación sensorial útil para el productor, quien puede ajustar sus recetas según las preferencias del público. A su vez, permite fortalecer la relación con el cliente y mejorar la experiencia de consumo, elementos clave para la fidelización y el posicionamiento del producto.

Análisis pregunta 20

En algunos casos, los comentarios de los clientes han influido en la estrategia de precios, especialmente cuando solicitan versiones con mayor carga alcohólica o porciones

más generosas. Esta capacidad de adaptación muestra una orientación hacia la satisfacción del consumidor, característica valiosa en emprendimientos pequeños que dependen de relaciones de confianza y cercanía.

La escasez de críticas negativas sugiere que el producto mantiene una buena aceptación general, lo que fortalece su valor percibido y brinda estabilidad al emprendimiento. Sin embargo, este escenario también representa una oportunidad para implementar mecanismos más formales de evaluación del cliente que permitan identificar nuevas oportunidades de mejora.

Análisis pregunta 21

Entre las principales dificultades identificadas se encuentran la falta de registros sistemáticos de gastos e ingresos, así como la alta volatilidad en los precios de los insumos esenciales. Esta combinación dificulta la elaboración de presupuestos a mediano plazo y reduce la capacidad de los productores para evaluar con precisión la rentabilidad de su actividad.

La ausencia de herramientas contables formales revela una brecha en capacidades de gestión financiera que limita la toma de decisiones estratégicas. Este aspecto es especialmente crítico en contextos de microemprendimiento, donde los márgenes de error pueden comprometer seriamente la sostenibilidad del negocio.

Análisis pregunta 22

Muchos productores expresan el deseo de mejorar sus conocimientos en contabilidad básica y manejo financiero, con especial interés en aprender a llevar registros más detallados y claros de los costos, ingresos y márgenes. Esta motivación sugiere una conciencia creciente sobre la necesidad de profesionalizar la gestión administrativa para fortalecer su emprendimiento.

El desarrollo de habilidades en planificación financiera y control presupuestario permitiría a los productores no solo optimizar recursos, sino también proyectar escenarios de crecimiento, solicitar financiamiento o implementar mejoras en infraestructura productiva y comercial.

Análisis pregunta 23

Las proyecciones de crecimiento se enfocan en formalizar el emprendimiento, construir una identidad de marca y la diversificar la oferta del producto. Esto contempla embotellar el canelazo con una etiqueta propia, gestionar los permisos sanitarios, y ampliar los canales de distribución hacia tiendas, ferias de mayor alcance e incluso plataformas digitales.

Esta perspectiva de expansión refleja una estrategia consciente de valor cultural y el potencial económico que representa el canelazo. Para concretarse, requerirá acompañamiento técnico, inversión inicial y acceso a formación en áreas clave como marketing, diseño de envases y gestión empresarial.

Análisis pregunta 24

La comercialización del canelazo se realiza mayormente en espacios públicos como malecones, plazas, ferias o eventos comunitarios. El canal de venta principal es el directo al consumidor, ya sea en vasos para consumo inmediato o en botellas cuando el cliente desea llevar el producto. Esta forma de comercialización refleja una estrategia de proximidad que facilita la interacción directa y la obtención retroalimentación en tiempo real.

Aunque este modelo ofrece flexibilidad y reduce las barreras de entrada, también restringe el alcance del producto y limita sus posibilidades de crecimiento, integrar canales más estructurados como tiendas físicas, locales turísticos o comercios electrónicos permitiría ampliar el mercado y mantener una demanda estable más allá de los eventos ocasionales

Análisis pregunta 25

Según los entrevistados, el canelazo representa una fuente significativa de ingresos complementarios para el hogar, aunque no es considerado un negocio altamente lucrativo. La rentabilidad tiende a mantenerse estable durante eventos o épocas de alta demanda, aunque depende de factores externos como las condiciones climáticas, la asistencia a ferias y el costo de los insumos.

Este modelo de negocio responde a una lógica de economía popular y solidaria, donde la actividad, aunque limitada en ingresos, proporciona autonomía financiera parcial, inserción económica y reconocimiento social. Con apoyo institucional y mejoras

en gestión, este tipo de emprendimiento podría escalar hacia formas más sostenibles y profesionalizadas.

Análisis pregunta 26

Los entrevistados manifiestan que no reciben apoyo directo de instituciones públicas o privadas para la producción o comercialización del canelazo. La actividad se desarrolla de manera autónoma, apoyada únicamente en el conocimiento empírico, los recursos familiares y redes comunitarias informales.

Esta ausencia de acompañamiento institucional revela una oportunidad para la implementación de políticas de fomento a los emprendimientos culturales y gastronómicos tradicionales. La integración de este tipo de productos en programas de desarrollo económico local, turismo comunitario o economía solidaria podría generar beneficios tanto económicos como socioculturales.

Análisis pregunta 27

Existe una apertura significativa por parte de los productores a recibir capacitaciones en áreas como marketing, manipulación de alimentos, técnicas de conservación, gestión de costos y formalización del negocio. También se valoraría el acceso a créditos, equipos básicos o espacios de venta permanente.

Esta disposición a mejorar evidencia un potencial de crecimiento que podría ser potenciado con intervenciones bien diseñadas desde entidades gubernamentales, ONGs o universidades. La transferencia de conocimientos y recursos permitiría no solo aumentar la rentabilidad del negocio, sino también revalorizar el patrimonio gastronómico local.

Análisis pregunta 28

La difusión del canelazo se lleva a cabo principalmente mediante el boca a boca, las recomendación directa y participación en eventos locales. En algunos especialmente los más jóvenes o con mayor acceso a herramientas digitales, han empezado a emplear redes sociales como Facebook o WhatsApp para anunciar sobre su presencia en ferias o gestionar pedidos.

Si bien la publicidad digital es aún es limitada, su implementación constituye una estrategia con potencial, para aumentar la visibilidad del producto, sobre todo cuando se complementa con relatos identitarios, imagenes atractivas y referencias culturales. Un

plan de comunicación sencillo, pero coherente, podría fortalecer la conexión con el consumidor y ampliar el alcance del producto.

Análisis pregunta 29

Sí, en la mayoría de los eventos y ferias existen varios puestos que también ofrecen canelazo, lo cual genera competencia directa. Sin embargo, los productores destacan que cada preparación tiene su estilo particular, lo que permite cierto grado de diferenciación. La fidelidad de los clientes suele depender del sabor, el trato, la presentación y la constancia en la calidad.

Este entorno competitivo impulsa a mantener altos estándares sensoriales y a explorar mejoras en la imagen del producto. A su vez, plantea la posibilidad de generar alianzas o cooperativas de productores que, en lugar de competir de forma aislada, consoliden una oferta coordinada que preserve la identidad del producto y mejore sus condiciones de comercialización.

Análisis pregunta 30

El costo por litro oscila entre \$0,80 y \$1,00, mientras que el precio de venta va de \$1,50 a \$2,00 por vaso, y hasta \$4,00 por botella. Esto permite una ganancia razonable y mantiene la competitividad del producto.

El análisis financiero básico evidencia el modelo de negocio de pequeño volumen y margen moderado, que sin embargo asegura que la actividad sea viable como fuente de ingresos complementarios. Estas cifras también ofrecen un punto de partida para la estructuración de un plan financiero más detallado en etapas de formalización y expansión.

Resultados

Los resultados revelan que la preparación y comercialización del canelazo constituye una costumbre cultural significativa en los cantones analizados, heredada entre generaciones y reconocida como un elemento de cohesión social. Sin embargo, la elaboración se realiza de forma artesanal y fuera del marco formal con un control limitado de los costos y sin registros contables, lo que dificulta una gestión eficiente del negocio. A ello se añade la fluctuación en los precios de insumos clave como el aguardiente y la naranjilla, lo que complica la fijación de precios estables. Aunque los productores manifiestan interés en formalizar y expandir sus emprendimientos, se ven limitados por

el desconocimiento de los trámites legales y el temor a las obligaciones tributarias. Además, la escasa inversión en aspectos de imagen y estrategias de comercialización impide acceder a mercados más amplios. En síntesis, los principales desafíos están relacionados con la informalidad y los obstáculos para la formalización y expansión de la comercialización del canelazo, ya que estos factores claves deben ser atendidos para lograr su sostenibilidad y crecimiento.

Aun cuando se enfrentan diversos desafíos, se presentan importantes posibilidades para fortalecer la cadena de producción del canelazo. Entre las acciones prioritarias se encuentra la capacitación de los productores en gestión empresarial, contabilidad básica y aspectos legales. La cooperación con instituciones públicas y privadas podría facilitar el acceso a procesos de formalización, financiamiento y asistencia técnica, lo que contribuiría a mejorar la calidad del producto y ampliar su proyección comercial. Asimismo, el reconocimiento del canelazo como patrimonio cultural y turístico abre oportunidades para implementar estrategias de promoción local y regional que integren tradición e innovación, impulsando así el desarrollo económico sostenible de las comunidades productoras.

Ficha elaboración del canelazo

NOMBRE DEL PLATO: Canelazo

FECHA DE ELABORACIÓN: _____ #FRACCIONES: _____

MATERIA PRIMA

| CANTIDAD | Unidad de medida (ej. L, g, u) | INGREDIENTES | V/U | TOTAL |
|-----------------|---------------------------------------|---------------------|------------|--------------|
| 4 | Litros | Agua | 0,10 | 0,40 |
| 5 | Unidades | Naranjillas | 0,25 | 1,25 |
| 3 | Unidades | Maracuyá | 0,25 | 0,75 |
| 1 | Unidad | Piña | 1,50 | 1,50 |

| | | | | |
|------------|---------------|-----------------|------|------|
| 3 | Tazas/725 gr | Azúcar | 0,30 | 0,90 |
| 40 | Unidades | Clavo de olor | 0,01 | 0,40 |
| 10 | Unidades | Anís estrellado | 0,05 | 0,50 |
| 3 | Ramas | Canela | 0,20 | 0,60 |
| 1/2 | Libra/227gr | Panela | 0,75 | 0,75 |
| 1 | Litros/1000ml | Aguardiente | 4,00 | 4,00 |

Tabla 2 Materia prima

Total materia prima: \$11,05

MANO DE OBRA

| No. Horas | PUESTO | V/U | TOTAL |
|---------------------------|----------------------------|---------------|----------------|
| 1 | Preparador ingredientes | | |
| 2 | Cocinero | \$2.94 x hora | \$5,88 |
| | | | |
| Total mano de obra | | | \$ 5,88 |

Tabla 3 Mano de obra

Total, mano de obra: \$

COSTOS INDIRECTOS

| CANTIDAD | Unidad de medida | DESCRIPCIÓN | V/U | TOTAL |
|---------------------------------|-----------------------------|----------------------|------------|--------------|
| 1 | Litro | Gas | 0,06 | 0,06 |
| 5 | Litros | Agua | 0,10 | 0,50 |
| | Paquete | Material limpieza | 1,00 | 1,00 |
| | | | | |
| Total, costos indirectos | | | | 1.56 |

Tabla 4 Costos indirectos

Total, costos indirectos de fabricación:

COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA: \$11.05

COSTO TOTAL DE LA MANO DE OBRA DIRECTA: \$5,88

COSTO TOTAL INDIRECTOS DE FABRICACIÓN: \$1,56

COSTO TOTAL DE PREPARACIÓN: \$18,49

COSTO POR PORCIÓN DE 210 ML: \$0,9732

MARGEN DE UTILIDAD 30%: \$0,29

PRECIO DE VENTA POR PORCION: \$ 1,50

PREPARACIÓN:

Para la preparación del canelazo, primero se hierve agua junto con ramas de canela y, de ser deseado, otras especias como anís estrellado. Luego se añade panela rallada o azúcar para

de frutas típicas como naranjilla, mora o maracuyá, previamente licuadas y coladas para obtener una textura suave. Se continúa cocinando unos minutos para integrar todos los sabores, luego se retiran las especias sólidas. Finalmente, se apaga el fuego y se añade aguardiente o caña para conservar el alcohol, sirviendo la bebida caliente y decorada con una rama de canela o rodajas de fruta.

TÉCNICAS CULINARIAS A APLICAR:

Las principales técnicas culinarias que intervienen en la elaboración del canelazo son hervir e infusionar, para extraer los aromas de las especias; licuar y cernir, para obtener un jugo de fruta homogéneo y sin pulpa gruesa; disolver la panela o el azúcar en el líquido caliente para endulzar uniformemente; filtrar o colar las especias sólidas para evitar sabores amargos; y agregar el licor fuera del fuego, para preservar el contenido alcohólico y su sabor intenso.

PROPUESTA

El presente trabajo de investigación, en su **objetivo específico 3 declara** *“Proponer un sistema de gestión de costos que facilite la toma de decisiones estratégicas para la fijación de precios del canelazo”*, acorde a la realidad que tienen los productores de canelazo de los diferentes cantones estudiados.

En base a los datos recopilados y a la bibliografía referencia, el autor considera que en virtud de que los comerciantes que colaboraron con la información respectiva, manifiestan no producir de manera masiva, sino únicamente para eventos festivos de ciertos lugares del cantón, que se debe utilizar un Sistema de Gestión de Costes basado en el método de acumulación por Orden de Producción o Servicio, es el más adecuado a la realidad operativa de sus negocios.

Para ellos los productores deberán considerar los elementos del costo, como materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación; los que en su conjunto se convierten en la inversión total para la producción del producto final del canelazo. El autor para simplificar este sistema propone una hoja de cálculo básica, que se puede observar en la tabla, la misma que consta de cinco secciones:

1. La primera sección se describe el producto, la fecha de elaboración y el número de raciones o productos finales.
2. En la segunda sección se concentra en el análisis de la materia prima directa o material directo utilizado para la producción, indicando en la primera columna la cantidad requerida acorde a la unidad de medida; en la segunda columna se detalla la unidad de medida de presentación, en la tercera columna se describe el nombre de la materia prima o material directo; en la cuarta columna se ubica el costo unitario de cada ingrediente; y, en la quinta columna se detalla el valor total que se obtiene de multiplicar la cantidad (columna 1) por el costo unitario (columna 4).
3. En la tercera sección se describe la mano de obra directa, en la primera columna se ubica la cantidad en hora o fracción de hora; en la segunda columna se describe el puesto o cargo; en la tercera columna se ubica el costo por hora de trabajo según el puesto o cargo; y en la cuarta columna se ubica el

valor total que se obtiene de la multiplicación de la cantidad de horas (columna 1) por el costo o tasa por hora de cada puesto (columna 3).

4. En la cuarta sección hace referencia a los costos indirectos de fabricación (CIF), en la primera columna se ubica la cantidad empleada, en la segunda columna la unidad de presentación de cada partida, la tercera columna se describe el tipo de CIF, en la cuarta columna se ubicará el costo unitario de cada CIF y en la última columna se ubicará el valor total que resultare de multiplicar la cantidad empleada (columna 1) por el costo unitario (columna 4). hasta ahora la propuesta del método de costeo adecuado para ellos es el método de ordenes de producción o de servicio. Para ello se propone una ficha de observación con los siguientes datos, los cuales se obtuvieron en una preparación del canelazo de uno de los entrevistados obteniendo los siguientes datos
5. En la quinta sección se registrará los siguientes datos:
 - a. Costo Total de materia prima: en este apartado se ubicará la sumatoria de la columna de Valor Total (columna 5) de la segunda sección.
 - b. Costo Total de mano de obra directa: en este apartado se ubicará la sumatoria de la columna de Valor Total (columna 4) de la tercera sección.
 - c. Costo Total de CIF: en este apartado se ubicará la sumatoria de la columna de Valor Total (columna 5) de la cuarta sección.
 - d. Costo Total de Producción: en este apartado se ubicará el valor que resulte de la suma de los tres elementos del costo: Costo Total de materia prima (a) más Costo Total de mano de Obra (b) más Costo Total de CIF (c).
 - e. Costo unitario de Producto: en este apartado se ubicará el valor que resulte de la división del Costo Total de Producción (d) entre el número de raciones o productos finales.
 - f. Margen de utilidad: en este apartado se indicará el porcentaje o razón de ganancia que se desea obtener, el que se recomienda de acuerdo a lo estudiado que sea entre el 20 al 30% como mínimo.
 - g. Precio de Venta Unitario sin Impuesto: este dato se obtiene aplicando un método de cálculo de fijación de precios, que para esta investigación se ha considerado apropiado el de Costo + Margen de

utilidad sobre el costo unitario, cuyo resultado se puede obtener aplicando la siguiente fórmula $PVU = CVU \cdot (1 + \%MU)$.

- h. Impuesto al valor agregado: en este apartado se calcula el valor correspondiente al IVA del producto (que puede ser tarifa 0% o tarifa 15% vigente actualmente, pero para estos productos como son artesanales gravan 0%).
 - i. Precio de Venta Unitario con Impuesto: En este apartado se ubicará el precio final al consumidor que incluye el IVA, para lo cual se sumará el Precio de venta unitario sin impuesto (g) más el Impuesto al Valor agregado (h)
6. En la sexta sección (opcional) se registrará información relevante relacionada a la preparación de producto, constituyéndose esta hoja de cálculo en una ficha de producto. En esta sección se describen los siguientes datos:
- a. Técnicas culinarias de Preparación: en este apartado se describirá de manera detallada como se realiza la preparación del producto, describiendo métodos o técnicas específicas, tiempos y forma de integrar los ingredientes.
 - b. Complejidad: en este apartado se describirá la complejidad del preparación del producto, la misma que puede tener tres niveles: Bajo, Medio, Alto.
 - c. Tiempo de preparación: en este apartado se indicará el tiempo total empleado para realizar este producto.

En el desarrollo de esta investigación, se aplicó esta hoja de cálculo para validar la ficha propuesta con los datos obtenidos de los dos procesos de elaboración que se ubicaron en la matriz propuesta para realizar el respectivo análisis de costos y fijación de precios respectivo.

| DATOS INICIALES | | |
|--|-----------------------------------|--------------------|
| NOMBRE DEL PRODUCTOR | Ximena Castro | |
| PRODUCTO A ELABORAR: | Canelazo | |
| FECHA DE ELABORACIÓN: | 12 de julio del 2025 | |
| PRESENTACIÓN | botellas de vidrio de 210ml | |
| UNIDADES PRDUCIDAS | 19 unidades | |
| IDENTIFICACIÓN DE MATERIA PRIMA | | |
| CANTIDAD | Unidad de medida(kg, gr) | INGREDIENTES |
| 4 | Litros | Agua |
| 5 | Unidades | Naranjillas |
| 3 | Ramas | Canela |
| 227gr | taza | Panela |
| 1 | Litros | Aguardiente |
| 40 | Unidades | Claro de olor |
| 3 | unidades | maracuya |
| 725 | gramos | azucar |
| 1 | unidad | piña |
| 10 | Unidades | Anis estrellado |
| IDENTIFICACIÓN DE MANO DE OBRA | | |
| No. Horas | PUESTO | |
| 1 | Cocinero Encargado de elaboracion | |
| | | |
| | | |
| IDENTIFICACIÓN DE COSTOS INDIRECTOS | | |
| CANTIDAD | Unidad de medida(kg, gr) | DESCRIPCIÓN |
| 19 | Unidades | Botellas/ 210ml |
| | | |
| | | |
| TECNICAS CULINARIAS DE PREPARACIÓN | | |
| MÉTODO DE PREPARACIÓN | | |
| Para preparar el canelazo, se coloca el agua en una olla y se lleva a ebullición junto con la canela en rama, las naranjillas, el clavo de olor y el anis estrellado para infusionar sus sabores durante aproximadamente 20 a 30 minutos. Luego se retiran las especias y la fruta, licuando esta última con un poco del liquido para obtener una textura homogénea, y se cuele la mezcla para eliminar sólidos. Se agrega la panela rallada y se cocina a fuego lento hasta que se disuelva y el liquido tome un sabor dulce y aromático. Finalmente, se retira del fuego y se añade el aguardiente, mezclando bien para conservar el alcohol. El canelazo se sirve caliente, ideal para disfrutar en noches frías y compartir en reuniones tradicionales | | |
| COMPLEJIDAD DEL PLATO | Bajo | |
| TIEMPO DE PREPARACIÓN | 2 horas | |

| DATOS INICIALES | | |
|--|-----------------------------------|---------------------|
| NOMBRE DEL PRODUCTOR | Julio Zambrano | |
| PRODUCTO A ELABORAR: | Canelazo | |
| FECHA DE ELABORACIÓN: | 12 de Julio del 2025 | |
| PRESENTACIÓN | botellas de vidrio 210ml | |
| UNIDADES PRDUCIDAS | 19 botellas de vidrio | |
| IDENTIFICACIÓN DE MATERIA PRIMA | | |
| CANTIDAD | Unidad de medida(kg, gr) | INGREDIENTES |
| 4 | Litros | Agua |
| 4 | Unidades | Naranjillas |
| 2 | Ramas | Canela |
| 1 libra/454gr | taza | Panela |
| 1 | Litro | Aguardiente |
| 15 | Unidades | Claro de olor |
| 725 | gramos | azucar |
| 15 | mililitros | Esencia de vainilla |
| 1 | unidad | piña |
| 10 | Unidades | Anis estrellado |
| IDENTIFICACIÓN DE MANO DE OBRA | | |
| No. Horas | PUESTO | |
| 1 | Cocinero Encargado de elaboracion | |
| | | |
| | | |
| IDENTIFICACIÓN DE COSTOS INDIRECTOS | | |
| CANTIDAD | Unidad de medida(kg, gr) | DESCRIPCIÓN |
| 19 | Unidades | Botellas/ 210ml |
| | | |
| | | |
| TECNICAS CULINARIAS DE PREPARACIÓN | | |
| MÉTODO DE PREPARACIÓN | | |
| Para preparar el canelazo, se coloca el agua en una olla y se lleva a ebullición junto con la canela en rama, las naranjillas, el clavo de olor y el anis estrellado para infusionar sus sabores durante aproximadamente 20 a 30 minutos. Luego se retiran las especias y la fruta, licuando esta última con un poco del liquido para obtener una textura homogénea, y se cuele la mezcla para eliminar sólidos. Se agrega la panela rallada y se cocina a fuego lento hasta que se disuelva y el liquido tome un sabor dulce y aromático. Finalmente, se retira del fuego y se añade el aguardiente, mezclando bien para conservar el alcohol. El canelazo se sirve caliente, ideal para disfrutar en noches frías y compartir en reuniones tradicionales | | |
| COMPLEJIDAD DEL PLATO | Bajo | |
| TIEMPO DE PREPARACIÓN | 1 hora 45 minutos | |

En base a los datos recopilados y precios referenciales del mercado, la producción del canelazo resulto rentable, generando una buena ganancia sobre el costo invertido. Esto confirma que el producto no solo es viable desde el punto de vista gastronómico, sino tambien económicamente sostenible para su producción artesanal y comercialización en pequeña escala.

Conclusiones

La aplicación adecuada de la gestión de costos se presenta como un pilar esencial para definir precios justos y sostenibles del canelazo de Manabí, ya que permite comprender con claridad la utilización de recursos, optimizar la producción y mejorar los márgenes de rentabilidad, fortaleciendo la estabilidad financiera del negocio.

En los negocios dedicados a la producción del canelazo, especialmente aquellos de carácter informal o a pequeña escala, se evidencia un uso limitado o parcial de sistemas de gestión de costos, lo que complica el control financiero, frena el crecimiento y reduce la capacidad de adaptación frente a las variaciones del mercado.

La adopción de herramientas de análisis de costos debe ir de la mano con capacitación técnica y procesos de concienciación orientados a una gestión empresarial más estratégica, apoyada en tecnologías que permitan un control ágil y efectivo para la toma de decisiones, esta transformación puede convertirse en una ventaja competitiva relevante para el sector.

Una estrategia de precios construida sobre una gestión de costos estructurada y contextualizada a la realidad socioeconómica de Manabí permite garantizar la viabilidad económica del negocio, pues se ajusta a las verdaderas condiciones de producción y evita riesgos asociados a una mala estimación de ingresos o egresos, asegurando la continuidad del emprendimiento en el tiempo. Los productores de canelazo entrevistados, llevan un modelo empírico de control de costos, pero solo consideran los materiales directos e indirectos mas no la mano de obra. En el proceso de producción se pudo evidenciar que el tiempo promedio de preparación es aproximadamente de dos horas para un promedio de cuatro litros, sin embargo, se pudo evidenciar que a la hora de envasar el producto varía mucho el envase ya que utilizan botellas de diferentes ml y eso amenora el producto final y eso hace que en cierta forma el costo del producto se eleve sin alterar el precio lo que perjudica al productor disminuyendo su ganancia

Recomendaciones

Diseñar un sistema de control de costos ajustado a las particularidades del proceso artesanal del canelazo, que incluya la clasificación de costos en directos, indirectos, fijos y variables, este mecanismo permitirá calcular un costo unitario constituyendo la base esencial para establecer precios que aseguren rentabilidad y competitividad, como se ha evidenciado en sectores agrícolas como el bananero.

Promover programas de capacitación dirigidos a los productores en metodologías de gestión de costos, incorporando herramientas como el costeo por procesos, costeo estándar y el análisis del punto de equilibrio. Esta formación facilitara una administración más eficiente de los recursos, apoyando a la toma de decisiones con datos confiables y reduciendo los márgenes de error en la planificación y control financiero.

Fomentar la incorporación de tecnologías digitales que apoyen el seguimiento y registro en tiempo real de los costos, facilitando la generación de informes periódicos que permitan anticiparse a desviaciones, mejorar la eficiencia operativa y ajustar estrategias

con agilidad, la digitalización representa un paso clave para profesionalizar las microempresas del sector.

Establecer políticas de fijación de precios basadas tanto en la estructura real de costos como en un análisis detallado del mercado local, que considere la competencia, la percepción del consumidor y la demanda estacional, esta estrategia permitirá evitar prácticas de precios demasiado bajos que comprometan la rentabilidad, orientado el negocio hacia una sostenibilidad económica sólida y coherente en el contexto manabita.

Bibliografía

- Álava, J. (2024). *Costos por Ordenes de Producción para la Rentabilidad en la Panificadora “Mathías” Periodo 2023*. Obtido de <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/7265/1/ULEAM-CT.AUD-0233.pdf>
- Alvarado, F. (2020). *PUNTO DE EQUILIBRIO Y SU IMPORTANCIA EN LA TOMA DE DECISIONES GERENCIALES, CASO EMPRESA ORENSE S.A.* Obtido de https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/15939/1/E-11767_URDIALES%20FAJARDO%20XAVIER%20ENRIQUE.pdf
- Basillio, A. (2022). *Costos fijos y variables para la generación de rentabilidad en las Pymes*. Obtido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/7166/1/UPSE-TCA-2022-0002.pdf>
- Carchi, G. (2023). *MODELO DE GESTIÓN DE COSTOS APLICADO A EMPRESAS CONSTRUCTORAS*. Obtido de <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/aea85451-27f8-4b98-9fcc-f07342a83ad1/content>

- Chuga, M. (2024). *Análisis financiero con la aplicación de la metodología camels para determinar los riesgos financieros en las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 zonal 3*. Obtido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/13383/1/Chuga%20Lara%2c%20M%282024%29%20An%c3%a1lisis%20financiero%20con%20la%20aplicaci%c3%b3n%20de%20la%20metodolog%c3%ada%20CAMELS%20para%20determinar%20los%20riesgos%20financieros%20en%20las%20cooperativas%20>
- Corona, J. (2019). *INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS, TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS*. Obtido de <https://www.redalyc.org/journal/5257/525762351005/html/>
- Dean, J. (2021). *Joel Dean*. Obtido de https://es.wikipedia.org/wiki/Joel_Dean
- Flores, A. (2024). *Gestión de inventarios en el centro de repuestos, maquinaria pesada y camiones American Parts, cantón Riobamba*. Obtido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/13471/1/Flores%20Llerena%2c%20A%20%282024%29%20Gesti%c3%b3n%20de%20inventarios%20en%20el%20centro%20de%20repuestos%2c%20maquinaria%20pesada%20y%20camiones%20American%20Parts%2c%20cant%c3%b3n%20Riobamba%2c%20perio>
- González, K. (2021). *DETERMINACIÓN DEL PRECIO BASADO EN EL COSTO EN LAS EMPRESAS DE EBANISTERIA DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2020*. Obtido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6258/1/UPSE-TCA-2021-0107.pdf>
- González, R. (2023). *COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA LA DETERMINACIÓN DE PRECIOS DE VENTA DE LA EMPRESA ZORAIDA, CANTÓN LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2022*. Obtido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9541/4/UPSE-TCA-2023-0022.pdf>
- Guachi, M. (2020). *Desarrollo del liderazgo*. Obtido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31899/1/TESIS%20FINALIZADA%20ELIZABETH%20GUACHI.pdf>

- Guevara, J. (2022). *“ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA MEJORAR EL VOLUMEN DE VENTAS DE LA EMPRESA “MEGAPROFER S.A” EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA.”*. Obtido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/10287/1/Guevara%20Irigoya%2C%20J.%282023%29%20Estrategias%20de%20comercializaci%C3%B3n%20para%20mejorar%20el%20volumen%20de%20ventas%20de%20la%20empresa%20%E2%80%9CMEGAPROFER%20S.A%E2%80%9D%20en%20la%20Ciudad%20d>
- Maestre, J., Maldonado, J., Aizaga, M., & Toasa, R. (2023). Obtido de https://www.researchgate.net/publication/380021561_Identificacion_de_los_factores_que_inciden_en_la_fijacion_de_precios_en_las_Pymes_comerciales_en_la_ciudad_de_Quito
- Morales, E. (2024). *EL COSTO DE VENTAS Y SU RELACIÓN CON LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA “AGROMARKET TROJE”, CIUDAD DE BAÑOS, PERÍODO 2022.* Obtido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/12752/1/Morales%20Alb%C3%A1n%2C%20E.%282024%29%20El%20costo%20de%20ventas%20y%20su%20relaci%C3%B3n%20con%20la%20rentabilidad%20en%20la%20empresa%20%E2%80%9CAgromarket%20Troje%E2%80%9D%2C%20ciudad%20de%20Ba%C3%B>
- Orellana, A., & Condulle, D. (2024). *Diseño de un sistema de costos basado en actividades ABC para la exportación de banano y cacao de la empresa “Exportadora de banano y frutas BAFRUEXT S.A.”, en la ciudad de Machala, año 2024 .* Obtido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/7462/1/UIDE-D-TCA-2024-38.pdf>
- Osorio, A. (2024). *ANÁLISIS DEL COSTO-VOLUMEN-UTILIDAD Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA FLORÍCOLA DAZARINA FLOWERS, CIUDAD DE LATACUNGA, PERÍODO 2019-2022.* Obtido de [http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/12303/1/Osorio%20Santos%2C%20A.%282024%29%20An%C3%A1lisis%20del%20costo-volumen-utilidad%20y%20su%20incidencia%20en%20la%20rentabilidad%20de%20la%](http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/12303/1/Osorio%20Santos%2C%20A.%282024%29%20An%C3%A1lisis%20del%20costo-volumen-utilidad%20y%20su%20incidencia%20en%20la%20rentabilidad%20de%20la%20)

20flor%C3%ADcola%20Dazarina%20Flowers%2C%20ciudad%20de%20Latacun

- Padilla, W. (2024). *COSTOS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTORES DE ACOPIO LECHERO TAHUALAG, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO 20231*. Obtido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/13717/1/PADILLA%20MEL%c3%89NDREZ%2c%20W.%20%282024%29%20COSTOS%20DE%20PRODUCCI%c3%93N%20Y%20COMERCIALIZACI%c3%93N%20DE%20PRODUCTORES%20DE%20ACOPIO%20LECHERO%20TAHUALAG%2c%20CANT%c3%93N%20GUANO%2c%20PROVINCIA%20DE>
- Paredes, S. (2015). *Deficiente participación de las y los jóvenes y sus efectos en el desarrollo social y económico de la parroquia Tocachi del Cantón Pedro Moncayo* .
- Paula, G., & Chauca, L. (2024). *Sistema de costos y su impacto en la rentabilidad de la empresa AMERICAN SPORT, ciudad de Riobamba, período 2023*. Obtido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/14319>
- Peñañiel, R. (2024). *CASO DE ESTUDIO COSTOS ESTANDAR SECTOR AUTOMOTRIZ* . Obtido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/7014/1/TC-ULVR-0273.pdf>
- Pin, G. (2023). *Los costos de producción y su incidencia en la gestión financiera de la Empresa procesadora de café Asproincam de Manabí*. Obtido de <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/4758/1/ULEAM-CT.AUD-0105.pdf>
- Rodriguez, D. (2024). *La participación de los docentes en el proceso de inclusión educativa en la UPSE, 2024*. Obtido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/11911>
- Salazar, K. (2023). *Costos de producción y fijación de precios en la empresa Samrey S.A.S*. Obtido de <https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/824e5c0b-7899-4a9f-b371-0ced7220715e/content>

- Solórzano, K. (2022). *COSTOS POR SERVICIO DEL “HOSTAL OLAS DEL MAR”, COMUNA OLÓN, PROVINCIA SANTA ELENA, AÑO 2022*. Obtido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8472/1/UPSE-TCA-2022-0089.pdf>
- Tapara, G. (2021). *Estrategias de fijación de precios y decisión de compra de clientes en +cotas, Ancón, 2021* . Obtido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/79649/Tapara_RG R-SD.pdf?sequence=1
- Yuquilema, L. (2024). *Gestión financiera de la cooperativa de ahorro y crédito indígena* . Obtido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/13456/1/Yuquilema%20Ch%c3%a1vez%2c%20%20L%282024%29%20Gesti%c3%b3n%20Financiera%20de%20a%20Cooperativa%20de%20Ahorro%20y%20Cr%c3%a9dito%20Ind%c3%adgena%20SAC%20Ltda.%2c%20Agencia%20Riobamba%20Periodo%202022.%28Te>