DISEÑO DEL SISTEMA DE COSTOS POR ÓRDENES DE PRODUCCIÓN, APLICANDO LA METODOLOGÍA DE COSTEO TRADICIONAL, PARA LA EMPRESA GRUPO DESTAKA TU MARCA SAS, DEL SECTOR COMERCIAL DE PUBLICIDAD DE LA CIUDAD DE CALI

MONICA BOLAÑOS ORTEGA
JHONNIER ANDRES GIRALDO

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTADURÍA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI
2014

DISEÑO DEL SISTEMA DE COSTOS POR ÓRDENES DE PRODUCCIÓN, APLICANDO LA METODOLOGÍA DE COSTEO TRADICIONAL, PARA LA EMPRESA GRUPO DESTAKA TU MARCA SAS, DEL SECTOR COMERCIAL DE PUBLICIDAD DE LA CIUDAD DE CALI

MONICA BOLAÑOS ORTEGA
JHONNIER ANDRES GIRALDO

Trabajo de Grado en la Modalidad de Práctica Empresarial requisito para optar por el título de Contador Público

DIRECTOR
GONZALO GARCÍA GARCÍA
CONTADOR PÚBLICO

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTADURÍA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI
2014

CONTENIDO

pág.

INTRODUCCIÓN 13
1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 15
1.1 ANTECEDENTES 15
1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA 16
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 19
1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA 19
2. JUSTIFICACIÓN 20
3. OBJETIVOS 23
3.1 OBJETIVO GENERAL 23
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 23
4. MARCO DE REFERENCIA 24
4.1 MARCO TEÓRICO 24
4.2 MARCO CONCEPTUAL 33
4.3 MARCO JURÍDICO 36
5. ANÁLISIS DE LA EMPRESA 38
5.1 RESEÑA HISTÓRICA 38
5.2 MISIÓN 41
5.3 VISIÓN 41
5.4 PRINCIPIOS Y VALORES 41
6. DIAGNÓSTICO DE LA DEPENDENCIA A ANALIZAR 42
6.1 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA 43
6.2 ANÁLISIS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN 44
6.2.1 Distribución de la planta física 46
6.2.2 Planta de cargos y planta de personal 47
6.2.3 Diagramas de Proceso 48
6.2.4 Sistemas de información contable 49

6.2.5 Análisis general del entorno interno 54
6.2.6 Matriz DOFA 67
7. ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO 69
7.1 LEJANO 69
7.1.1 Ecológico 69
7.1.2 Político 70
7.1.3 Jurídico 71
7.1.4 Social 72
7.1.5 Económico 73
7.1.6 Demográfico 74
7.1.7 Cultural 75
7.1.8 Tecnológico 76
7.2 CERCANO 77
7.2.1 Mercadeo 77
7.2.2 Proveedores 77
7.2.3 Competencia 78
7.3 MATRIZ DOFA 79
8. METODOLOGÍA 80
8.1 MÉTODO INDUCTIVO 80
8.2 MÉTODO DEDUCTIVO 80
8.3 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN 81
8.3.1 Información primaria 81
8.3.2 Información secundaria 83
9. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN APLICADO 85
9.1. PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL SISTEMA DE COSTEO 85
9.1.1 Gestión comercial 100
9.1.2 Inicio de la orden de producción 100
9.1.3 Compras y gestión de inventarios 103
9.1.4 Manejo del Kárdex (entrada) 103
9.1.5 Manejo del Kárdex (salida) 105
9.1.6 Distribución de costos de mano de obra directa 106

9.1.7 Asignación de otros costos a la producción 111
9.1.8 Manejo de los CIF 112
9.1.9 Variaciones de los CIF..... 122
9.1.10 Registro del costo de venta 123
9.1.11 Forma descartada de manejo de los CIF 125
9.2. CENTROS DE COSTOS PROPUESTOS EN EL PROCESO PRODUCTIVO. 141
9.3. POLÍTICAS DE CONTROL INTERNO..... 144
9.4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS 147
10. CONCLUSIONES 151
11. RECOMENDACIONES 154
12. BIBLIOGRAFÍA 158
13. ANEXOS..... 161

LISTA DE GRÁFICOS

		pág.
Gráfico 1	Tendencia de uso de ATL y BTL hasta el año 2000 en Colombia	25
Gráfico 2	Flujo de la información	27
Gráfico 3	Procesos generales del SIC	51
Gráfico 4	Participación por país – FIP año 2012	74

LISTA DE FORMATOS

		pág.
Formato 1	Orden de producción	101
Formato 2	Ficha técnica	102
Formato 3	Kárdex	104
Formato 4	Requisición de materiales y suministros	105
Formato 5	Distribución de horas nómina por Orden de Producción	110

LISTA DE TABLAS

		pág.
Tabla 1	Ventas por producto en el año 2012	49
Tabla 2	Operaciones y procesos contables	52
Tabla 3	Operaciones y procesos contables de contabilidad de costos	54
Tabla 4	Informe comparativo de ventas por artículo año 2011 y 2012	55
Tabla 5	Estado de resultados comparativo año 2011 y 2012	58
Tabla 6	Informe de ventas por centro de costo año 2012	60
Tabla 7	Informe de ingresos, gastos y costos mes a mes año 2012	63
Tabla 8	Listado de CIF año 2012	113
Tabla 9	Listado de costos de mano de obra año 2012	115
Tabla 10	Listado de CIF primer semestre del año 2013	116
Tabla 11	Listado de costos de mano de obra - primer semestre año 2013	118

LISTA DE CUADROS

pág.

Cuadro 1 Obligaciones derivadas de la nómina año 2012 18

Cuadro 2 Variación de cifras económicas del año 2012 al 2013 64

Cuadro 3 Obligaciones derivadas de la nómina año 2013 106

Cuadro 4 Nómina 109

Cuadro 5 Variación de costos de un año a otro 119

Cuadro 6 Asignación de CIF según participación de ventas año 2012 125

Cuadro 7 Asignación de CIF según participación de unidades vendidas en el año 2012 126

Cuadro 8 Asignación de CIF según ponderación de la participación de ventas y unidades vendidas en el año 2012 126

Cuadro 9 Hoja de costos señalización Edificio Santa Mónica Central PH 128

Cuadro 10 Hoja de costos take one multicatálogo Honda giratorio 129

Cuadro 11 Hoja de costos atril motos Honda 131

Cuadro 12 Hoja de costos carro de degustación Enriko 132

Cuadro 13 Hoja de costos vitrina Nutrifactor 134

Cuadro 14 Hoja de costos logotipo ala Honda 136

Cuadro 15 Hoja de costos stand góndola Eficacia 137

Cuadro 16 Hoja de costos tapete Honda 139

Cuadro 17 Hoja de costos alquiler stand Nagor 140

Cuadro 18 Hoja de costos diseño gráfico Viajar por Colombia y el mundo 141

Cuadro 19 Comparativo costos obtenidos y costos aplicados por la empresa 148

Cuadro 20 Comparativo costos obtenidos y precios de ventas 149

LISTA DE DIAGRAMAS

pág.

Diagrama 1 Diagrama de bloques por productos 87

Diagrama 2 Diagrama de bloques diseño de artes 88

Diagrama 3 Diagrama de procesos gestión comercial y diseño 89

Diagrama 4 Diagrama de procesos producción señalización Edificio Santa Mónica Central PH 90

Diagrama 5 Diagrama de procesos producción take one multicatálogo Honda giratorio 91

Diagrama 6 Diagrama de procesos producción atril motos Honda 92

Diagrama 7 Diagrama de procesos producción carro de degustación Enriko 93

Diagrama 8 Diagrama de procesos producción vitrina Nutrifactor 94

Diagrama 9 Diagrama de procesos logotipo ala Honda 95

Diagrama 10 Diagrama de procesos producción stand góndola Eficacia 96

Diagrama 11 Diagrama de procesos producción tapete Honda 97

Diagrama 12 Diagrama de procesos producción alquiler stand Nagor 98

Diagrama 13 Diagrama de procesos diseño gráfico Viajar por Colombia y el mundo 99

LISTA DE ANEXOS

		pág.
Anexo A	Archivo fotográfico señalización Edificio Santa Mónica Central	161
Anexo B	Archivo fotográfico take one multicatálogo Honda giratorio	162
Anexo C	Archivo fotográfico atril motos Honda	163
Anexo D	Archivo fotográfico carro de degustación Enriko	164
Anexo E	Archivo fotográfico vitrina Nutrifactor	165
Anexo F	Archivo fotográfico logotipo ala Honda	166
Anexo G	Archivo fotográfico stand góndola Eficacia	167
Anexo H	Archivo fotográfico tapete Honda	168
Anexo I	Archivo fotográfico alquiler stand Nagor	169
Anexo J	Archivo fotográfico diseño gráfico Viajar por Colombia y el mundo	170
Anexo K	Inventario de materia prima	171

INTRODUCCIÓN

Grupo Destaka Tu Marca SAS es una empresa dedicada al diseño y producción de piezas publicitarias. Para esta compañía es de vital importancia establecer un sistema que le permita asignar de manera correcta sus costos de producción; actualmente no cuenta con esta herramienta y su asignación se realiza sin un procedimiento adecuado.

Este trabajo pretende diseñar un sistema que permita asignar adecuadamente los costos de cada producto en la empresa Grupo Destaka Tu Marca SAS. De acuerdo con el tipo de producción que maneja esta empresa se trata de un sistema por órdenes de producción, pues sus productos no se repiten.

Un sistema de costos por órdenes de producción permite acumular correctamente los costos a cada orden de manera paulatina, dando a conocer el costo del producto en cada momento que se requiera. "*El planteamiento adecuado de todos los pasos que se deben seguir en el proceso de fabricación hasta la terminación del producto es esencial, no solo para el normal funcionamiento de la planta, sino también para una correcta instalación de una sistema de costos*"[1].

"*Las compañías que usan órdenes de producción elaboran una gran variedad de productos o trabajos que, por lo general, son muy distintos unos de otros. Los productos específicos o sobre pedido caben en esta categoría, lo mismo que los servicios que varían de cliente a cliente*" [2].

---

[1] TENORIO TORO, Alfonso. SANCHEZ POLINDARA, Alejandra. Implementación de un sistema de costos por orden de trabajo en la empresa Metaloriente Ltda. Colombia. 2007.

[2] HANSEN, Don R. MOWEN, Maryanne M. Administración de costos Contabilidad y control. International Thomson Editores, S.A. de C.V. México 1996.

Una vez analizado el procedimiento que actualmente utiliza la compañía para realizar su costeo y establecer el precio de venta, se pretende hacer las respectivas mejoras y recomendaciones, que nos conduzcan al diseño de un sistema que le permita a la empresa contar con información más confiable y real.

La información se recopilará mediante el uso de la técnica de entrevista, realizada directamente de la interacción con las personas que participan en el proceso productivo y también se utilizará la observación de los distintos procesos de la producción; esto para su análisis, selección y conclusiones.

Se seleccionarán los productos más representativos y para cada uno de ellos se analizará paso a paso el proceso de producción que involucra materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, lo cual nos permitirá establecer un procedimiento adecuado para acumulación de costos y compararlo con el empleado actualmente.

Con nuevos procedimientos para la obtención del costo y con información veraz para la toma de decisiones la empresa tendrá mayor estabilidad para su continuidad.

1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES

Se realizó la búsqueda de proyectos referentes a implementación o diseño de sistemas de costos en una empresa del sector de publicidad, pero no se tuvo éxito, lo más aproximado fueron los siguientes trabajos.

AUTORES: Arias Tobón, Hernán de Jesús y Agudelo Fernández, Orlando. (1995) (Colombia)

TÍTULO: Diseño de un sistema de información de costos para una empresa químico - farmacéutica - veterinaria.

TEMÁTICA: El propósito es establecer un modelo de información de costos para una empresa químico - farmacéutica - veterinaria dedicada a la producción de drogas veterinarias. Aunque es un sector distinto, el modelo expuesto es muy útil porque utiliza procedimientos que pueden ser adaptables a cualquier sector. Aquí el sistema de información de costos permite determinar el costo por lote y por unidad, además de ser una herramienta que permite medir y controlar las operaciones y brinda información necesaria a la infraestructura administrativa para la toma de decisiones y consecución de sus objetivos.

AUTORES: Arroyave Marín, Adriana y Burítica Vélez Juan Guillermo. (2007) (Colombia)

TÍTULO: Implementación de un sistema de costos por órdenes de producción para la empresa Litografía Bolívar.

TEMÁTICA: El estudio presentado en este proyecto se realizó dentro de una empresa litográfica. La empresa está ubicada en la ciudad de Pereira y se dedica a la impresión de todo tipo de papelería, como papelería de una empresa (hojas carta, facturas, recibos de caja, sobres), publicidad y propagandas (afiches, volantes, etiquetas, tarjetas comerciales) y en general cualquier tipo de trabajo impreso ya sea en una, dos, tres tintas o policromía.

En la empresa Litografía Bolívar el estudio se centró principalmente en el área de producción, en donde se implementó un sistema de costos por órdenes de producción. Para la implementación, se hizo necesario un estudio tanto de tiempos como de costos estándares y un seguimiento durante algunos meses para lograr una propuesta adecuada de la implementación del sistema de costos por órdenes de producción.

El estudio tuvo una duración aproximada de 10 meses, tiempo en el cual, se hizo una estructura de costos correcta, con la cual la litografía Bolívar puede realizar cotizaciones exactas y posicionarse aún más en el mercado litográfico.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En la ciudad de Cali, se encuentra una empresa llamada Grupo Destaka tu Marca SAS, fundada el 7 de Julio de 2011, la empresa está conformada por un grupo de profesionales comprometidos en satisfacer las necesidades, ideas y requerimientos de sus clientes para posicionamiento de marcas comerciales. Destaka SAS su sigla, está dedicada al diseño, elaboración, comercialización, distribución y transporte de elementos y piezas para publicidad e información general, diseño de interior o exterior, así como también organización logística de eventos, cuenta actualmente con reducida experiencia comercial, debido a que

antes realizaba sus actividades bajo una figura de una Persona Natural distinta, luego de los resultados positivos, se decidió formar la nueva persona, esta vez de tipo jurídica y lleva un año en el mercado.

La Gerencia de la empresa, proyecta un futuro interesante, con miras al progreso y proyección comercial, implementando políticas, estrategias y actividades de liderazgo y estabilidad.

La organización combina talentos creativos y técnicos para conceptualizar, diseñar y construir impactantes soluciones de branding emocional (manejo de la marca), para un amplio abanico de clientes que buscan el éxito financiero en cada mercado. Las propuestas publicitarias, son el resultado de un riguroso proceso creativo, en donde integran conceptos y tendencias de última tecnología para lograr los objetivos propuestos.

Para controlar la producción en cuanto a costos se refiere, se adquirió un sistema contable que recopilara la información de las transacciones diarias de la empresa y las transformara en otro tipo de información financiera compilada para la toma de decisiones encaminadas al éxito. El programa se llama Siesa Pymes, y además se adquirió el módulo de Costos, que lentamente es utilizando, mientras la organización estabiliza sus procesos adecuadamente.

El método de costeo de la producción que utiliza la empresa es deficiente, pues la empresa tiene en cuenta como costos, sólo los Costos Primos, olvidando la mayoría de los CIF. En la cotización que presentan a los clientes, incluyen el valor de la materia prima utilizada, los servicios contratados y un cálculo de la mano de obra directa donde además incluye un 40% adicional por obligaciones derivadas de la nómina, porcentaje que está siendo subestimado, el valor real se muestra

en el cuadro No. 1, además incluye subjetivamente un porcentaje de 3% a 5% por imprevistos, sobre el acumulado de costos hasta el momento.

La empresa involucra los servicios directos contratados; es decir, el Outsourcing que incluye la ejecución de la orden de producción, ya sea moldeado, impresión, tapizado, instalación, transporte, corte, diseño, entre otros, pues les resulta más provechoso realizar estos procesos de esta manera, evitando gastos en activos fijos muy onerosos o gastos de nómina.

Se hace un cálculo ordinario de la mano de obra directa involucrada en cada orden de producción, pues se calculan algunas horas y otras quedan por fuera por falta de medidas de control.

Cuadro 1. Obligaciones derivadas de la nómina año 2012

Grupo	**Concepto**	**Porcentaje**
Seguridad Social	Salud	7,00%
	Pensión	12,00%
	ARL	6,96%
Prestaciones Sociales	Cesantías	8,33%
	Prima	8,33%
	Intereses sobre Cesantías	1,00%
	Vacaciones	4,17%
Total		**47,79%**

Fuente: levantamiento y adecuación de autores (según Ley 1429 del 2010)

De esta manera, hay un 7,79% no contemplado, cabe aclarar que la empresa por estar acogida a la Ley 1429 de 2010, conocida como “La ley de formalización y generación de empleo”, no paga parafiscales y aporta por salud obligatoria un total de 11% sobre el sueldo base; y debido al alto riesgo de las actividades que

realizan los auxiliares de producción se encuentran en nivel 5 y para el caso de los diseñadores que se ubican en la zona de oficinas de la fábrica, el riesgo es nivel 1, es decir generan por riesgos laborales un 0.522%, arrojando un total de 41,35% para estos empleados.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto se formula el siguiente interrogante ¿Qué sistema de costeo se puede diseñar en la empresa GRUPO DESTAKA TU MARCA SAS del sector comercial de publicidad de la ciudad de Cali que permita gestionar el costo y la rentabilidad de sus productos?

1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cómo se puede apoyar a la Gerencia en la ampliación del manejo de los costos y elaboración de presupuestos por el sistema de órdenes de producción?

- ¿Cuál sería la manera más adecuada de sectorizar la producción de la compañía para facilitar la asignación más acertada de los costos?

- ¿Cuáles políticas de control interno para el proceso productivo y la contabilización de costos deben implementarse para que sea más eficiente?

2. JUSTIFICACIÓN

Atendiendo a las dificultades que se presentan en el mundo laboral y a las inclinaciones personales de los autores, se propone desarrollar el presente proyecto de “Diseño del sistema de costos por órdenes de producción, aplicando la metodología de costeo tradicional, para la empresa GRUPO DESTAKA TU MARCA SAS del sector comercial de publicidad de la ciudad de Cali”, donde se implementarán los conceptos y prácticas adquiridas en el transcurrir de la carrera de Contaduría Pública, la experiencia adquirida en la vida laboral y personal, y los conocimientos compartidos en las tutorías con el docente, para generar un gran aporte financiero, contable y productivo a una MIPYME que verdaderamente necesita un apoyo en estos campos.

Es importante que la empresa comprenda la trascendencia que tiene contar con un buen sistema contable de costos, para que los procesos fluyan con facilidad y confiabilidad. Con un proyecto bien elaborado donde se identifiquen las debilidades, se aprovechen las fortalezas y se hagan los respectivos correctivos a los procesos productivos y administrativos que la afectan. La empresa podrá aceptar e implementar las recomendaciones para mejorar su producción y conocer el costo, más acorde a la realidad de cada orden de producción. De esta manera, la compañía tendrá más estabilidad, continuidad, y crecimiento para ser una fuente importante de generación de empleo en diferentes perfiles.

El sistema de costos escogido por la compañía es el de Órdenes de Producción bajo una metodología de costeo tradicional, se considera muy adecuado ya que:

- Se aplica a una producción heterogénea, donde cada cliente perfila un producto único.

- El tamaño pequeño de la empresa así lo requiere, para menores complicaciones.

- El costo es conocido a medida que avanza el proyecto y así compararlo con la cotización presentada.

En esta empresa no conviene aplicar el Sistema Basado en Actividades (ABC), pues la empresa no tiene aún, un orden de actividades o procesos definido, el tamaño de la empresa y su experiencia en costos la hacen inexperta y limitada para aplicar este tipo de sistemas que son más complejos en su manejo.

Cuando se mejora el sistema de costos de la compañía también se verá beneficiado el medio ambiente, ya que se conocerá con más detalle lo que cuesta producir y así mismo se reducirá el consumo de materia prima que en su mayoría corresponde a productos de madera o sus derivados, eliminando los desperdicios y reduciendo la compra innecesaria de esos productos.

La empresa no relaciona la producción con la contabilidad: al parecer la gerencia no ha entendido la necesidad de comunicación integral de todas las áreas en especial la contabilidad que debe estar en armonía con las demás. Así es imposible conocer realmente cuánto cuesta producir lo que se vende.

Es un paso importante que daría la empresa sí inicia apoyando este proceso, puesto que mejoraría muchos aspectos como el informativo, de control y planeación, ya que al conocer estos datos, los puede relacionar directamente con sus ingresos y observar los resultados reales de cada periodo, para tomar medidas al respecto.

De la misma manera como la empresa se ve beneficiada, el desarrollo de este proyecto nos permite, como estudiantes próximos a obtener el título profesional, poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera con la tutoría de un docente, lo cual nos facilitará y permitirá ejercer nuestra profesión en un futuro de una manera adecuada y eficaz, igualmente podremos cumplir con el último requisito académico para adquirir el título de Contador Público.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un sistema de costos por órdenes de producción, aplicando la metodología de costeo tradicional para la empresa GRUPO DESTAKA TU MARCA SAS del sector comercial de publicidad de la ciudad de Cali.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar procesos y procedimientos en el sistema de costeo que permita asignar y acumular de manera normal los costos a cada orden de producción.

- Identificar y proponer centros de costos en el proceso productivo.

- Establecer políticas de control interno en el proceso productivo y en la contabilización de los costos para que sean más eficientes.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 MARCO TEÓRICO

Teniendo en cuenta que el diseño de un sistema de costos requiere de un marco teórico que soporte su composición, se hace necesario tener muy claros los temas que se involucran en este proyecto, los cuales se exponen brevemente a continuación.

El proyecto se llevará a cabo en una empresa del sector comercial de publicidad en donde su actividad principal es la producción de elementos publicitarios, de acuerdo con lo anterior es necesario resaltar aspectos publicitarios propios de la compañía:

Las nuevas tendencias del marketing resultan hoy más viables para el pequeño empresario que nunca; durante 3 décadas la mezcla de mercadeo o 4P´s (Producto, Plaza, Promoción y Precio) dominó las relaciones entre cliente y proveedor, estrategia que condujo hacia una enorme inversión en pauta en los medios masivos ATL (Above The Line), buscando que por la gran cobertura del mensaje, el emisor interesado (entre muchos que percibían la información) recibiera una oferta de descuento en el precio y se generara así un interés de compra.

Pero el nuevo milenio trae un nuevo consumidor, con necesidades de trato personalizado y especializado y en nuevos escenarios, para lo cual la empresa aborda la comunicación comercial como una herramienta fundamental para establecer estrechos vínculos con él, conocer sus preferencias de consumo, diseñar estrategias que lo satisfagan y alcanzar su fidelización.

Dadas estas condiciones, esta MIPYME encuentra en el punto de venta (propio o alquilado en las grandes superficies) el espacio ideal para atraer la atención del comprador a través de la generación de estímulos visuales como el material de merchandising y a diferencia de las viejas tendencias que requerían elevadas inversiones en publicidad de medios masivos, precios especiales o descuentos y promociones, este nuevo punto de comunicación BTL (Below The Line) permite conocer de cerca el target, dirigir un mensaje directo a un nicho específico y recibir un feedback en tiempo real, todo con a un menor costo[3].

Gráfico 1. Tendencia de uso de ATL y BTL hasta el año 2000 en Colombia

Fuente: CORTEZ PRIETO, Alexander. Informe académico derivado de actividades laborales. Tesis Universidad del Valle. Colombia. 2006.

Ahora, en la parte contable, más específicamente en los costos, se tiene:

Se entiende como producción, la transformación de materia prima a través de la intervención de mano de obra y máquinas especializadas para tal fin, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes. Las erogaciones generadas

[3] CORTEZ PRIETO, Alexander. Informe académico derivado de actividades laborales. Tesis Universidad del Valle. Colombia. 2006.

en el proceso productivo se denominan costos, y estos pueden estar relacionados de una manera directa (mano de Obra directa, materia prima directa) o indirecta (costos generales de fabricación) en este proceso. Por su parte la Contabilidad de costos tiene como fin "*la determinación de los costos unitarios de los productos fabricados y otros fines como administrativos como la planeación y el control de los costos de producción y la toma de decisiones especiales como la determinación de los precios de venta*"[4].

Teniendo en cuenta que el objetivo principal de este proyecto, en donde se pretende el diseño de un sistema, se deben encontrar los caminos y soluciones para que éste funcione correctamente, alimentándose de información, procesándola y generando una nueva; buscando siempre eficiencia y excelente conexión con toda la red de interacción de la compañía; es decir con todas sus áreas.

Al respecto es importante abordar el tema de la teoría general de los sistemas, expresada como *"la formulación de principios válidos para sistemas en general, sea cual fuere la naturaleza de sus elementos, componentes y las relaciones o fuerzas reinantes entre ellos… es una ciencia general de la totalidad".* [5]. Entonces se resalta la importancia de una armonía entre los elementos interactuantes del sistema de costos por órdenes de producción, que permita una correcta toma de decisiones en la Gerencia.

Para (Bunge, 1999)[6] un sistema es un objeto compuesto cuyos componentes se relacionan con al menos algún otro componente; puede ser material o conceptual.

---

[4] HARGADON, Bernard J. Jr. MUNERA CARDENAS, Armando. Contabilidad de Costos. Editorial Norma S.A. Colombia. 1988.

[5] BERTALANFFY, Ludwig Von. Teoría general de los sistemas. México 1976.
[6] BUNGE, M. (1999). Diccionario de Filosofía. Ciudad de México: Siglo XXI.

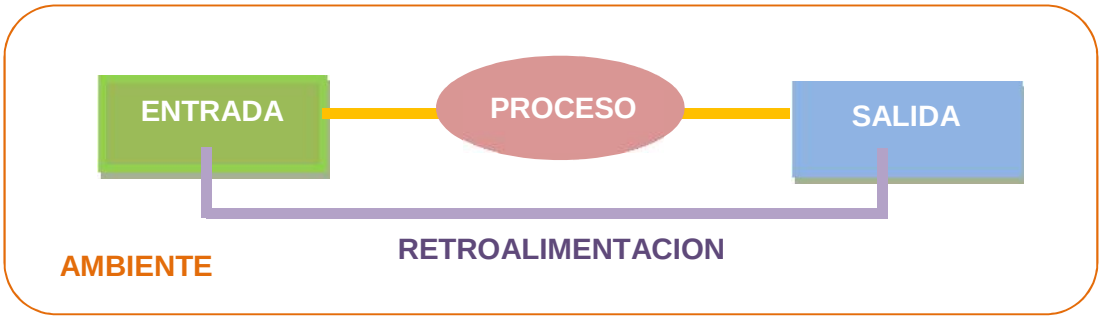
Todos los sistemas tienen composición, estructura y entorno, pero sólo los sistemas materiales tienen mecanismo, y sólo algunos sistemas materiales tienen figura (forma). Según el sistemismo, todos los objetos son sistemas o componentes de algún sistema. (p.196 y 200).

En el Diccionario de la Lengua de la Real Academia Española [7] se encuentra el concepto de sistema como un conjunto de cosas que ordenadamente relacionadas contribuyen a determinado objetivo.

Finalmente (Le Moigne, 1990)[8] propone una manera que ayuda a retener la noción de Sistema General por medio de la siguiente reflexión:

El sistema general es una cosa (no importa lo que sea, solo que sea identificable), que dentro de alguna cosa (entorno), para alguna cosa (finalidad o proyecto), hace alguna cosa (actividad = funcionalidad), por medio de alguna cosa (estructura = forma estable) que se transforma en el tiempo (evolución). (p.60).

Gráfico 2. Flujo de la información



Fuente: elaboración propia

[7] REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, Diccionario de la Lengua. Ed. 2012.

[8] LE MOIGNE, J. L. (1990). La Théorie du Systéme General: Théorie de la Modelisation. París: Presses Universitaires.

Entrada de datos: recopilación de hechos

Procesamiento de datos: organización, y relación entre sí de información.

Salida de información: Obtención de informes.

Un Sistema de Información Contable (SIC), es la combinación de personal, registros y procedimientos que usa un negocio para cumplir con sus necesidades rutinarias de información financiera. Un SIC ofrece al usuario los estados financieros que reflejan clara y oportunamente la realidad económica de la empresa; también ofrece control, compatibilidad, flexibilidad y una relación aceptable de costo / beneficio [9].

"*Al relacionar esta palabra con el término costeo tendríamos que son los pasos, uno a uno para determinar y calcular el costo de producir un bien o prestar un servicio"* [10].

La correcta toma de decisiones es el efecto final del desarrollo del sistema de costos para esta empresa, pues esta selección para tomar un curso de acción, puede estar comprometiendo recursos, direccionando la compañía o reflejando alguna reputación de la misma. Le gerencia podrá contar con información más confiable acerca de sus costos de producción, para decidir qué hacer, quién debe hacerlo y cuándo, dónde y en ocasiones, hasta cómo hacerse. Pero esto solo es un paso en el gran proceso de la planeación de la producción.

---

[9] MONTAÑO OROZCO, Edilberto (2011). Contabilidad y legislación control, valuación y revelaciones. Ed. Facultad de Ciencias de la Administración. Universidad del Valle.

[10] ANGEL URUEÑA, Carlos Alberto. Notas de clase para el curso Procesos de Costos II. Colombia 2010.

En la contabilidad de costos se habla principalmente de tres sistemas de costos, así:

Sistema de Costos por Ordenes de Producción: Este sistema se utiliza para la producción en lotes o grupos de productos iguales, para cada lote se realiza una orden de producción, para cada orden de producción se acumulan los costos generados durante todo el proceso productivo y para determinar el costo unitario se divide el costo total de cada orden por el número de unidades producidas.

En un sistema de costeo por órdenes de trabajo los tres elementos básicos materia prima (MP), la mano de obra directa (MOD) y los costos indirectos de fabricación (CIF), deben de estar acumulados a medida que avance la ejecución del trabajo y a falta de alguno de estos, se evidencian resultados falsos.

Entre las características fundamentales [11] de este sistema se encuentran:

- Permite reunir separadamente cada uno de los elementos del costo para cada orden de producción ya sea terminada o en proceso de transformación.

- Para iniciar la producción es necesario emitir una orden de fabricación, orden de producción u orden de trabajo, como se quiera llamar, donde se detalla el número de productos a elaborarse y se prepara un documento contable distinto para cada tarea.

- La producción se hace generalmente sobre pedidos formulados por los clientes o sea se conoce el destinatario de los bienes o servicios antes de comenzar la producción.

[11] http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/sistemas-costo-procesos-ordenes-trabajo.htm

- Se adopta cuando se puede identificar claramente cada trabajo a lo largo de todos los procesos desde que se emite la orden de fabricación hasta que concluye la producción.

- Enfatiza la acumulación de costos reales por órdenes específicas.

- La producción no tiene un ritmo constante o sea es intermitente por lo que se puede suspender en cualquier momento, sin que ello afecte de ninguna manera al trabajo que se está haciendo.

- Permite conocer con facilidad el resultado económico de cada trabajo.

- Se puede conocer el costo de cada trabajo en cualquier momento, por lo tanto se simplifica la tarea de establecer el valor de la existencia en procesos.

- En cada orden se analiza los costos por materiales y mano de obra directos que se determina sistemáticamente y que son identificables con ella. Al finalizar el proceso se procede al prorrateo de los costos indirectos.

- El costo unitario se determina cuando se termina la fabricación completa del lote y se calcula dividiendo el costo total de la orden entre el número de unidades terminadas.

Sistema de Costos por Procesos: En este sistema los costos se acumulan para cada proceso de producción durante un tiempo establecido. A cada producto se le asigna un costo unitario por cada proceso, lo cual implica que se debe dividir el costo total de cada proceso entre el número de unidades obtenidas en el periodo respectivo. El costo total unitario del producto terminado es la suma de los costos unitarios de cada proceso por donde paso el producto.

Sistema de Costos por Operaciones: De acuerdo con Hansen y Mowen es una mezcla de los procedimientos de los sistemas de costos por órdenes de producción y por procesos. Es utilizado en la fabricación de productos variados, los cuales se pueden agrupar en lotes; aunque cada uno de estos lotes requiere materiales directos diferentes, utiliza operaciones de procesos similares. "*Este sistema de costeo utiliza los procedimientos de las órdenes de trabajo para asignar los costos de los materiales directos a los lotes y los procedimientos por procesos para asignar los costos de conversión (MOD y CIF)*" [12].

Así como se habla de sistemas de costos también se encuentran las Bases y las Metodologías de Costos.

Entre las bases están:

Base histórica de costos: los sistemas de costos funcionan con costos reales; es decir los costos en los que ya se ha incurrido y el valor es conocido.

Base Predeterminada de costos: los sistemas de costos en este caso funcionan con costos que se calculan con anterioridad a la ocurrencia de los costos reales. Pueden ser costos estimados y estándar. Los costos estimados se pueden predeterminar tomando como base algún promedio de producción de periodos anteriores ajustados sobre alguna base para reflejar cambios en la situación económica, de eficiencia u otro aspecto que pueda incrementar los costos totales y unitarios del producto; por su parte, los costos estándar se predeterminan en forma rigurosa, haciendo uso de estudios de tiempos y movimientos, de calidad de materiales y técnicas estadísticas para proyectar costos.

[12] HANSEN, Don R. MOWEN, Maryanne M. Administración de costos Contabilidad y control. International Thomson Editores, S.A. de C.V. México 1996.

Entre los métodos están:

Método de Costeo ABC: "*Sistema en el que primero se acumulan los costos indirectos para cada una de las actividades del área que se costea y después se asignan los costos de las actividades a los productos, servicios u otros de costo que requieren de esa actividad*" [13].

Método de Costeo Tradicional: Se dice que este método trabaja bien con sistemas sencillos de producción y operación. Este método no acumula o reporta las actividades de los procesos.

Se considera en este proyecto, la aplicación de un sistema de costos por órdenes de producción basado en costos reales bajo la metodología de costeo tradicional, puesto que la producción de la empresa no se realiza en serie, sino de acuerdo a los requerimientos de cada cliente, lo cual hace que los productos sean diferentes y se puedan agrupar en lotes.

El control de los costos de cada producción es importante para determinar el valor de un producto, el cual debe generar una utilidad; según Robert B. Buchele, el control es el proceso de medir los actuales resultados en relación con los planes, diagnosticando la razón de las desviaciones y tomando las medidas correctivas necesarias.

Así mismo se requiere presentar a la empresa algunas políticas de control interno, esto se puede definir como el conjunto de normas, métodos, procedimientos, manuales y políticas coordinadas, que efectúa la alta dirección, encaminado a

[13] HORNGREN, Charles T., SUNDEM, Gary L., STRATTON, William O. Contabilidad Administrativa. Pearson Educación. México. 2006. Internet: http://books.google.com.co

proporcionar seguridad razonable, para el logro de sus objetivos, así lo define Edilberto Montaño Orozco.

4.2 MARCO CONCEPTUAL

Con el fin de proporcionar una mayor comprensión del proyecto a continuación se definen los conceptos más utilizados.

Ambientes de marca: se refiere a la adecuación de locales comerciales con los implementos necesarios y acordes a la estética e identidad corporativa de cada uno de los clientes; se hace, a partir de un análisis de la marca e infraestructura del local, para dar el tratamiento adecuado a los elementos que componen el diseño final y que se convierta en una vitrina comercial de los productos y servicios que se ofrecen.

Branding emocional: es una de las herramientas principales para aquellas empresas que deseen llevar el valor de su marca a la máxima expresión. Es por eso que una de las tendencias actuales es construir una relación emocional con el consumidor en la que la compra y lealtad hacia la empresa sean inseparables. Ese es el equilibrio por dónde camina al branding.

Costos aplicados: son los costos cargados a cada OP utilizando una tasa predeterminada, su naturaleza es crédito.

Costos fijos: son aquellos costos en donde el valor total permanece constante en un nivel relevante de producción, mientras que el costo unitario varía con la producción.

Costos Indirectos de Fabricación (CIF): son todos aquellos costos que se acumulan de los materiales indirectos y la mano de obra indirecta más todos los

incurridos en la producción pero que en el momento de obtener el costo del producto terminado no son fácilmente identificables de forma directa con él mismo.

Costos de producción: son las erogaciones que se generan en cualquier proceso productivo.

Costos reales: son los costos realmente incurridos en la producción de un período, su naturaleza es débito.

Costos variables: son aquellos costos donde el valor total varía en proporción directa con los cambios en el volumen y el costo unitario permanece constante.

Elementos del costo de producción: los elementos que componen el costo de producción son la materia prima (MP), la mano de obra directa (MO) y los costos indirectos de fabricación (CIF).

Exhibición comercial: es la manera cómo se exhibe un producto, es una importante oportunidad para atraer clientes o incrementar sus ventas; es por eso que un mobiliario con diseño innovador, moderno y personalizado puede llegar a incrementar significativamente sus ventas.

Mano de Obra (MO): comprende todo el esfuerzo de trabajo humano que se refleja en erogaciones y obligaciones de valor que componen la nómina del área de producción que también se clasifica en directa o indirecta.

Mano de Obra Directa (MOD): es aquella directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado que puede asociarse a este con facilidad y que tiene un valor relevante en la elaboración.

Mano de Obra Indirecta (MOI): es aquella que no tiene un valor significativo en el momento de la producción del producto y no se puede asociar fácilmente.

Materia prima (MP): hace referencia a los materiales que hacen parte del producto, estos pueden ser directos o indirectos.

Materia Prima Directa (MPD): de acuerdo con los autores Hargadon Jr y Munera, constituyen el primer elemento de los costos de producción. Son los materiales que realmente entran en el producto que se está fabricando y son de fácil asignación.

Materia Prima Indirecta (MPI): se consideran materiales indirectos aquellos que se usan en el producto, pero que tienen un valor insignificante y su identificación en el producto o en la orden de producción se dificulta.

Publicidad: Según la Real Academia de la lengua Española, es la divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc. Para el publicista Alexander Cortez *"La publicidad tiene que ver con el mensaje de tratar de venderle la idea a una persona de que tome la decisión de compra finalmente por una marca, en últimas es eso".*

Publicidad ATL o "Above the line": Según la Agencia de publicidad 4 puntos Revolución en Diseño, se refiere al uso de medios convencionales de publicidad, entre ellos los medios de comunicación masivos tales como televisión, radio, diarios, revistas, entre otros.

Publicidad BTL o "Below the line": Según la Agencia de publicidad 4 puntos Revolución en Diseño, consiste en la utilización de medios alternativos empleando formas de comunicación no masivas dirigidas a segmentos específicos y

desarrollada para el impulso o promoción de productos o servicios mediante acciones caracterizadas por ser muy creativas, entre algunas actividades BTL están los patrocinios, el material punto de venta (POP), folletos y catálogos, correo directo, exhibiciones y stands, seminarios, presentaciones y muchas otras más.

Señalización: hace referencia a un elemento elaborado y puesto estratégicamente en un lugar visible que informa o avisa de algo, pretenden condicionar, con la antelación mínima necesaria, la actuación o conocimiento de aquel que los recibe frente a unas circunstancias que se pretende resaltar. Normalmente están fabricadas en diversos materiales, tamaños, formas y colores.

Sistema: hace referencia a una manera secuencial o guía para determinar algo que se quiere.

Sistemas de costos: permiten determinar los costos de la producción y el control de las operaciones a través de la recopilación, clasificación, registro y análisis de la información.

Stands comerciales: espacios diseñados para dar a conocer los productos y servicios de una empresa, de una manera clara y novedosa. Normalmente están elaborados en distintos materiales, tamaños, formas y colores, resaltando marcas, productos y servicios específicos.

4.3 MARCO JURÍDICO

Partiendo del hecho que la empresa en mención se dedica a las actividades que la ley considera mercantiles, según el Decreto 410 de 1971 (Código de Comercio), que en el artículo 10º define quien es comerciante y en el artículo 20º menciona,

cuales son las actividades que se considera mercantiles. Para diseñar el sistema de costeo, se deben seguir las concepciones normativas de la Ley colombiana que se relacionan con el tema, es importante ante todo conocer el significado jurídico de la palabra costo, según el Decreto 2649 de 1993 emitido por la Presidencia de la República, en su artículo 39º dice: “los costos representan erogaciones y cargos asociados clara y directamente con la adquisición o la producción de los bienes o la prestación de los servicios, de los cuales un ente económico obtuvo sus ingresos”. Teniendo en cuenta que costo son todas las erogaciones que están asociadas a la producción, para generar un posterior ingreso, la norma también nos ofrece herramientas de control y manejo de los costos, el Decreto 2650 de 1993 de la Presidencia de la República, en su artículo 1º manifiesta que: “*El Plan Único de Cuentas busca la uniformidad en el registro de las operaciones económicas realizadas por los comerciantes con el fin de permitir la transparencia de la información contable y por consiguiente, su claridad, confiabilidad y comparabilidad*”.

En el artículo 14º de este mismo Decreto, se encuentra el catálogo de cuentas. Para el manejo de los costos se asignan los códigos 6 para el Costo de Venta y 7 para los Costos de Producción, como herramienta común para controlar los costos.

Teniendo en cuenta el tipo de actividad que desarrolla Grupo Destaka Tu Marca SAS es importante mencionar algunas normas que la regulan, como son el Código de Autorregulación Publicitaria y el Compendio Normativo de Publicidad en Colombia.

5. ANÁLISIS DE LA EMPRESA

5.1 RESEÑA HISTÓRICA

En el año 2001 dos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad del Valle se plantearon la idea de desarrollar un proyecto de emprendimiento en el campo de la publicidad el cual fue llamado “Espacios Óptimos”, idea que no sólo significaba una opción de grado, sino el futuro como empresarios. Se trataba de ofrecer productos y servicios de publicidad: avisos exteriores, ambientación de marcas, exhibición comercial; promoviendo que las personas adquieran los productos de una marca.

Por problemas económicos, el proyecto como tesis de grado debió ser suspendido, lo cual retraso su grado como profesionales; sin embargo, la idea de hacer el proyecto realidad seguía madurando.

La experiencia de Alexander Cortez en el campo publicitario afianzó el proyecto, quien se vio obligado a renunciar a su trabajo para comenzar a materializar la idea, siempre apoyado de su esposa Olga Lucía González quien continuaría en su trabajo y se convertiría en el respaldo económico, mientras su proyecto empezaba a dar frutos. El reto era muy grande, se enfrentaban a un mercado con una gran oferta y con una imagen un poco empañada por el desempeño de sus colegas. De esta manera se hacía necesario buscar un factor diferenciador que les permitiera su posicionamiento en el mercado.

Es así como en el año 2003 se empiezan a realizar los trabajos bajo la figura de una Persona Natural. “Tierra, Mar y Sol”, “Ulloa Martínez S.A.” y “Cecilia Payan” fueron los primeros clientes que depositaron la confianza en estos

emprendedores, clientes que conocían el desempeño del señor Cortez en este sector. Su apartamento se convirtió en sus oficinas, allí se realizaban los diseños, las propuestas, las cotizaciones, etc.; mientras que los trabajos referentes a la producción se hacían a través de terceros, pues aún no había presupuesto para la infraestructura que se requería.

Posteriormente, la demanda de trabajo hizo necesaria la vinculación de un diseñador, de acuerdo con las condiciones económicas no era posible contratar a un experto; sin embargo encuentran la posibilidad de contratar una estudiante de diseño quien se vincula en la modalidad de pasantía por medio tiempo.

En el año 2005, la señora Olga Lucia González renuncia a su trabajo en el Banco, para vincularse a la empresa y apoyar el proceso administrativo, comercial y contable. En este mismo año se relacionan como clientes a Carvajal S.A. a través de un recomendado y Tecnoquímicas S.A. gracias a la gestión comercial; éste suceso hace necesario la formalización legal de la empresa, y debido a que el nombre inicial del proyecto ya existía registrado ante la Cámara de Comercio de Cali, debió ser cambiado, en su lugar nació “Grupo Desta-k”, como nombre comercial.

Para el año 2008 se hizo necesario ampliar las instalaciones de las oficinas, cambiaron el apartamento por una casa ubicada en el barrio Junín, donde seguiría funcionando la residencia y también las oficinas. Teniendo en cuenta que se requería mayor gestión comercial se requirió los servicios de una persona que se encargara de entregar e instalar los artículos publicitarios, de esta manera se vincula a su equipo de trabajo a un instalador y así el señor Cortez podría desempeñar las funciones comerciales más eficientemente.

Posteriormente se empieza a disminuir los trabajos con terceros, pues era posible realizar algunos internamente, lo cual requería mayor espacio, razón por la cual alquilan un garaje cercano en donde funcionaría la producción.

Hacia el año 2010 con una demanda mayor de trabajo se hace necesario ampliar una vez más las instalaciones para lo cual adquieren la propiedad ubicada en los alrededores del Centro de la ciudad de Cali en el barrio San Juan Bosco, en la cual funciona actualmente, en su momento era una casa muy anticuada, que se adecuaría para ubicar las oficinas, producción y bodegas; ya en el 2011, nace la empresa con personería jurídica GRUPO DESTAKA TU MARCA SAS, que hoy cuenta con 17 empleados, clientes importantes como Fanalca, Bavaria, Eficacia y Seguros Suramericana y gran parte de la producción se desarrolla internamente, reduciendo la tercerización, generando empleo formal y con proyección de crecimiento.

La gran idea de estos emprendedores lleva desarrollando productos publicitarios durante 11 años, buscando siempre la manera de marcar la diferencia, de crecer cada día, de enfrentarse a grandes retos, de satisfacer las necesidades de clientes tanto nacionales como internacionales. Su crecimiento se ha dado gracias al desempeño de un gran equipo que conjuga muy bien los sueños de uno de sus integrantes con la razonabilidad del otro siempre arriesgando en la medida adecuada, así como también contando con un personal idóneo, apasionado por lo que hace [14].

[14] Reseña Histórica creada mediante entrevistas exploratorias a los empresarios.

5.2 MISIÓN

Facilitar el alcance de los objetivos comerciales de nuestros clientes, a través de la gestión de proyectos de diseño con soluciones creativas, vanguardistas, rentables, sostenibles y comprometidas con el crecimiento del talento humano [15].

5.3 VISIÓN

Ser reconocidos en Colombia hacia el 2015 como una de las cinco (5) mejores compañías proveedoras de servicios en las áreas de diseño de espacios comerciales, alcanzando un elevado reconocimiento empresarial y creando sinergias que nos posicionen como aliados estratégicos de nuestros clientes [16].

5.4 PRINCIPIOS Y VALORES

Se destacan por los siguientes valores diferenciales [17]:

- Profesionalismo, agilidad y entrega oportuna.
- Cadena de valor: Pensar - Sentir - Actuar
- Honestidad

[15] Tomada de la página web http://www.destakatumarca.com

[16] Tomada de la página web http://www.destakatumarca.com

[17] Tomada de la página web http://www.destakatumarca.com

6. DIAGNÓSTICO DE LA DEPENDENCIA A ANALIZAR

De acuerdo con la revisión interna de la empresa, se encuentra una compañía que desde su nacimiento en Julio de 2011, ya tenía varias anomalías contables, financieras, legales y organizacionales, atribuyendo como causa principal su juventud en el mercado y a la estrecha relación que sostenía con la razón social anterior, en cabeza de una persona natural, en donde los pasivos adquiridos por esta serían asumidos por la nueva compañía.

Debido a la corta trayectoria de la empresa, se realizaron préstamos y gestionaron créditos bancarios con el fin de darle algo de liquidez a la compañía; sin embargo, por su historia comercial y crediticia que era nula, se debieron realizar los créditos a nombre de la persona natural anterior, quien a nombre suyo asumía la deuda pero realmente pagaba la mayor parte de la misma con sus operaciones iniciales. Causando una realidad contable anormal y una información financiera no confiable.

También se evidencia un atraso contable de varios meses, ya que no se contaba con una persona que tuviera los conocimientos suficientes para administrar y contabilizar todas las operaciones y movimientos que debería realizar el Departamento de Contabilidad que apenas se iba a estructurar. A finales de Enero de 2012, se contrató a la persona que luego de conocer la empresa inició las labores de poner al día la información en el sistema y la organización de los documentos y demás soportes contables.

Mientras se actualizaba la contabilidad iban surgiendo detalles contables anormales, como declaraciones de impuestos mal liquidados, donde se encontraron facturas de compras no contempladas al igual que facturas de venta,

además de retenciones de IVA por cobrar adicionales o pagos a terceros pero que no había como relacionar legalmente esos pagos. Se encontró que solamente una persona que es el gerente general maneja la información presupuestal y de costeo, y no la comparte con el área contable, manteniendo en desconocimiento el verdadero resultado de utilidad o pérdida en cada una de las ordenes de producción.

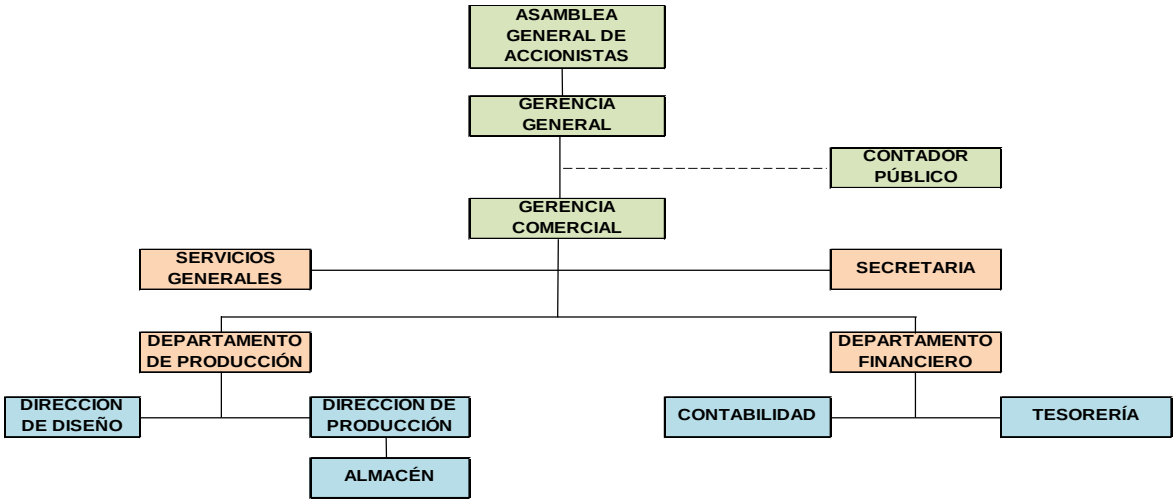
En el aspecto organizacional no se encontraron normas establecidas en un Reglamento Interno de Trabajo, no existe un Manual de Procesos y Procedimientos, tampoco normas de Calidad, ni un Organigrama que identificara los departamentos, lazos de relación y subordinación.

6.1 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

La estructura administrativa de Grupo Destaka tu Marca SAS, está compuesta en primer lugar por la Asamblea General de Accionistas, quien designa a la Gerencia General y la Gerencia Comercial, estas gerencias están a cargo de dos accionistas respectivamente.

Los servicios del Contador Público son suministrados por un profesional externo quien se apoya en un asistente contable permanente contratado por la compañía. Se destacan dos áreas principales como son el área Financiera y el área de Producción, esta última es el área objeto de estudio del proyecto.

Organigrama 1. Organigrama General empresa Grupo Destaka tu Marca SAS



Fuente: organigrama propuesto por los autores y aprobado por los empresarios

6.2 ANÁLISIS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN

El área a analizar en Grupo Destaka Tu Marca SAS es el área de Producción. Para entender el proceso productivo se hace una descripción general.

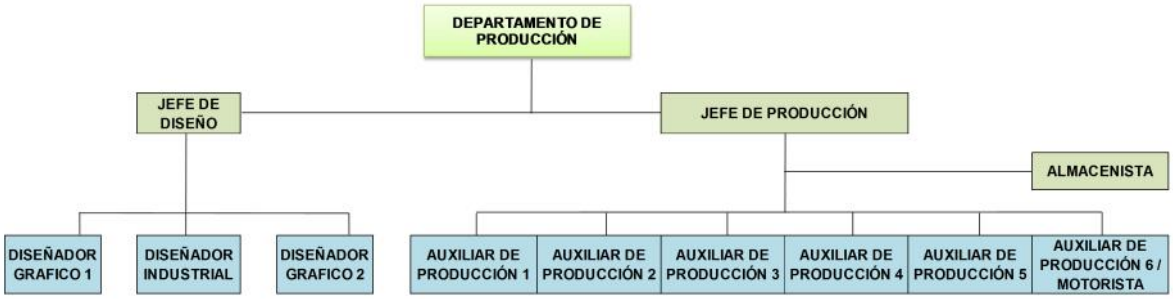
Las actividades que se realizan para cada producto desde el primer contacto con el cliente hasta su entrega son:

- Atender la solicitud del cliente.
- Brindar asesoría respecto a las necesidades del cliente.
- Desarrollar propuesta gráfica.
- Evaluar propuesta y elaborar cotización.
- Exponer ambas propuestas al cliente.
- Aprobación por parte del cliente.
- Entrega de planos al Jefe de producción.

- Verificar inventario de materia prima requerida.
- Gestionar compra de materia prima necesaria.
- Inicio proceso producción.
- Verificación de resultado del producto final.
- Empaque de producto final.
- Envío o entrega de producto final.
- Verificación por parte del cliente del producto.
- Aprobación y satisfacción por parte del cliente.

El proceso productivo inicia en el área de diseño en donde se originan las fichas técnicas, órdenes de producción, planos y demás elementos requeridos, los cuales se entregan al jefe de producción, quien a su vez es el encargado de distribuir las tareas entre los auxiliares de su área, tales como corte, pintura, estampado, ensamble, empaque, instalación, entre otras, de acuerdo con el producto, con base en tiempos de entrega establecidos con los clientes.

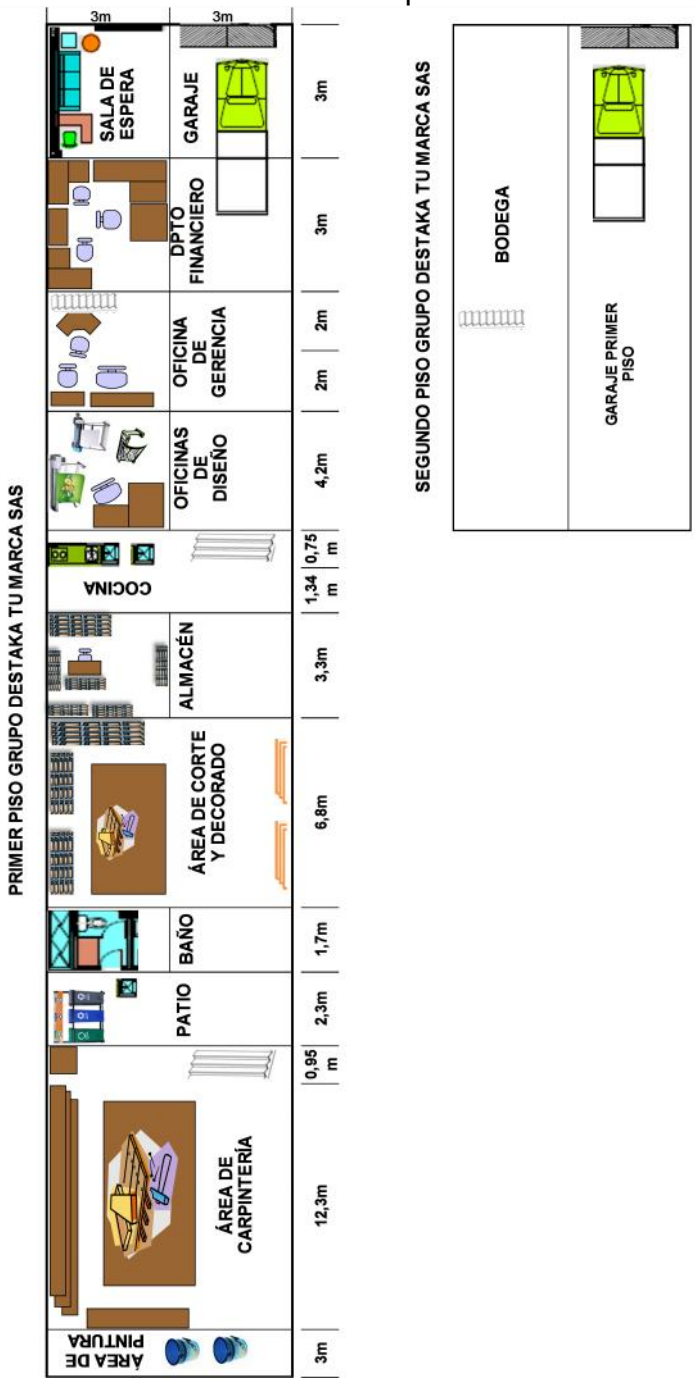
Organigrama 2. Organigrama del Área de Producción de la empresa Grupo Destaka tu Marca SAS



Fuente: organigrama propuesto por los autores y aprobado por los empresarios

6.2.1 Distribución de la planta física

Plano 1. Planta física de Grupo Destaka tu Marca SAS



Fuente: levantamiento y adecuación de autores

6.2.2 Planta de cargos y planta de personal

Jefe de Diseño: Gestiona la comercialización de un proyecto, además de la programación y planeación del desarrollo de un proyecto.

Diseñador Gráfico: Desarrolla y aplica artes gráficas en programas especializados para transmitir comunicaciones visuales específicas.

Diseñador Industrial: Desarrolla elementos de publicidad y conceptualización de la marca orientadas en la realidad funcional según las necesidades.

Jefe de Producción: Ejecuta funciones para cumplir con la programación y planeación adecuada del proceso productivo.

Almacenista: Controla el manejo de las herramientas de trabajo y la compra y consumo de la materia prima.

Auxiliar de Producción: Se encarga de realizar las actividades generales de producción para llevar a cabo la culminación de la materia en producto terminado.

Auxiliar de Producción (Conductor): Realiza las diligencias relacionadas directamente con el proceso productivo (fletes) y compras de materias primas.

Servicios Generales: Se encarga de asear las instalaciones de la organización, utilizando los equipos y materiales correspondientes para mantener en condiciones óptimas de limpieza a las mismas, en ocasiones apoya con mano de obra no calificada en ciertas actividades de producción, como empaque

6.2.3 Diagramas de Proceso

Teniendo en cuenta la gran variedad de productos que tiene la empresa se hizo necesario seleccionar 10 productos para el desarrollo de este proyecto, entre los cuales están:

- Señalización Edificio Santa Mónica Central PH
- Take one multicatálogo Honda giratorio
- Atril motos Honda
- Carro de degustación Enriko
- Vitrina Nutrifactor
- Logotipo ala Honda
- Stand góndola Eficacia
- Tapete Honda
- Alquiler stand Nagor
- Diseño gráfico Viajar por Colombia y el mundo

Estos 10 productos se tomaron de acuerdo a diferentes razones, entre ellas por el requerimiento y necesidad de los empresarios, como es el caso de los productos Señalización Edificio Santa Mónica Central PH, Carro de degustación Enriko y Vitrina Nutrifactor, producidos en el año 2013 y los otros por su elevado precio de venta unitario o por las cantidades vendidas en el año 2012, de acuerdo como se muestra en la tabla 1. En esta tabla se puede observar que la participación de estos productos está por debajo del 1%, sin embargo son los productos más representativos dentro de la producción del año 2012, en su mayoría su costo y precio de venta sobresalen respecto de los demás.

Tabla 1. Ventas por producto en el año 2012

VENTAS AÑO 2012				
Producto	**Según Precio**		**Según Unidades**	
	Valor	**Participación**	**Cantidad**	**Participación**
Take one multicatálogo Honda giratorio	6.600.000	0,86%	200	4,27%
Logotipo ala Honda	1.280.000	0,17%	2	0,04%
Tapete Honda	3.520.000	0,46%	9	0,19%
Stand góndola Eficacia	19.500.000	2,53%	1	0,02%
Atril motos Honda	5.900.000	0,77%	39	0,83%
Alquiler stand Nagor	3.320.000	0,43%	1	0,02%
Diseño gráfico Viajar por Colombia y el mundo	640.000	0,08%	1	0,02%
Otros	730.216.000	94,71%	4426	94,59%
Totales	**770.976.000**	**100%**	**4679**	**100%**

Fuente: levantamiento y adecuación de autores.

La empresa no tiene formalizados los procesos de producción, por lo tanto tampoco existen diagramas que permitan visualizar el paso a paso involucrado en la fabricación; razón por la cual se realiza una propuesta para cada uno de los productos seleccionados, estos diagramas se presentan como parte del desarrollo de los objetivos en el punto 9.1.

6.2.4 Sistemas de información contable

6.2.4.1 Descripción

Se puede considerar que en la realidad todo es un sistema, pues todo funciona conjuntamente y nada por separado. En un sistema, los objetos o elementos que lo conforman, funcionan unidos por alguna forma de interacción o interdependencia. Existen muchos sistemas que hacen parte de otros sistemas; por ejemplo, un departamento de una empresa es un sistema que trabaja para obtener unos objetivos puntuales que finalmente conllevan a cumplir el gran objetivo de la empresa, que es un gran sistema comprendido por otros sistemas menores, que pasarían a ser subsistemas (departamentos) y a la vez estos pueden estar conformados por otros subsistemas como por ejemplo las áreas que

lo conforman. De esta manera todos los sistemas de la empresa comparten elementos para cumplir sus objetivos.

Los buenos resultados esperados, son logrados con un sistema integral, ágil, flexible y funcional, que brinde a los usuarios su fácil alimentación y obtención de la información en cualquier momento, para ello debe disponer de personal idóneo que tenga amplios conocimientos en el área contable, también de tecnologías que hagan del sistema uno moderno y práctico, igualmente de documentos soporte para las transacciones económicas, también la consideración de la legislación actual en materia fiscal, laboral, de comercio o de seguridad social[18], así como políticas de control interno, y unos recursos financieros que demanda el sistema para su mantenimiento y actualización.

6.2.4.2 Análisis

Para el caso de la compañía Grupo Destaka Tu Marca SAS, en sus sistemas empresariales los procesos son desconocidos entre sí, algunos son aislados y son cambiantes según el criterio de cada individuo que lo conforma.

Por ejemplo el SIC contable queda aislado cuando solamente una persona, que es el Gerente general, maneja la información de costos, manteniendo desinformada al área contable y generando un desconocimiento del verdadero resultado de ganancia o pérdida en cada una de las órdenes de producción.

Se evidencia también en la Gerencia un exceso de carga laboral, convirtiendo a esta persona en una indispensable, vital y muy necesaria en los temas relacionados con costos, cotizaciones de Órdenes de Producción, contacto

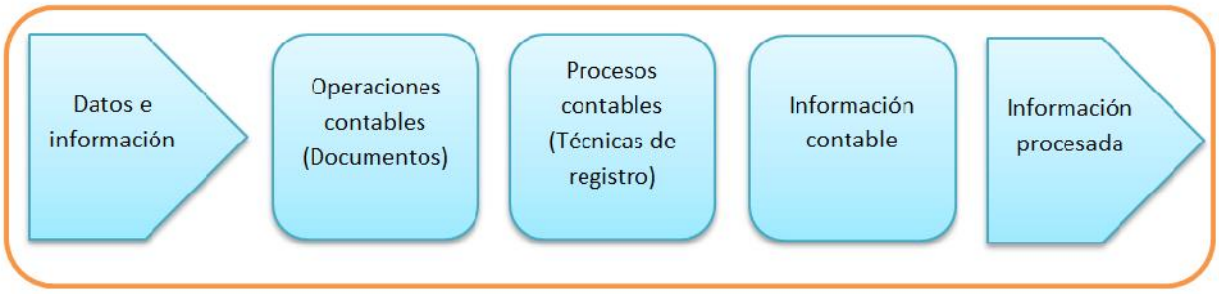
[18] DELGADILLO RODRIGUEZ, Diego Israel (2001). El sistema de información contable. Ed. Artes Gráficas del Valle Editores – Impresores Ltda.

comercial y participación sobre planeación y diseño en el área productiva. Con esta carga laboral tan apretada mucha cantidad de información queda en su estado tácito, y no alcanza su calidad de explícito.

También se encuentra la relación que debe mantener el Almacén con el Área contable, el primero no dispone de las tecnologías adecuadas para controlar y conocer las cantidades reales y en detalle de los materiales y herramientas a disposición, para así utilizarlas en cada orden de producción, tampoco cuenta con una persona que tenga conocimientos básicos de control de inventario, manejo de costos de un proyecto, contabilidad y utilización de tecnologías informáticas.

Aquí se muestran los procesos generales del SIC y más adelante su especificación:

Gráfico 3. Procesos generales del SIC



Fuente: tesis “Diseño de un sistema por órdenes de producción en JCT Empresarial S.A de la ciudad de Cali”

Datos e información: comprende los documentos contables, transacciones mercantiles, datos, manuales y políticas de la entidad, normatividad nacional y municipal que afectan directa e indirectamente el proceso y desarrollo de la información.

Operaciones contables y Procesos contables:

Tabla 2. Operaciones y procesos contables

Tipo de Contabilidad	Formato	Actividad / Proceso
Contabilidad de Nómina	Formato de horas extras o tiempo adicional	Se recolecta la información de tiempos laborados por cada empleado del área de producción, se computa y liquida el valor correspondiente.
	Formato planilla de nómina	Generación de planilla de nómina en el programa Microsoft Excel, incluyendo las novedades de cada funcionario. No disponen del módulo de Nómina de Siesa Pymes.
Contabilidad de Compras	Registro de Facturas de Proveedor	Se registra en el sistema Siesa Pymes la factura de compra.
	Devolución de compras	Se contabiliza en el sistema la devolución de servicio o compra adquirido.
Contabilidad de Ventas	Facturación	Se genera la factura de venta del producto o servicio.
	Devolución de ventas	Se registra la nota correspondiente por devolución parcial o total de lo vendido.
Contabilidad Otras transacciones	Registro de Facturas de Acreedor	Se contabiliza la adquisición de otros servicios o compras indirectos a la producción.
	Liquidaciones de Prestaciones Sociales	Se realizan el ajuste y liquidación final de prestaciones sociales de los empleados que terminan su contrato o cuando se cierra el año gravable.
	Comprobantes de Egreso	Se hace el pago de la compra o servicio adquirido por caja, banco o tarjeta de crédito.
	Declaraciones de impuestos	Diligenciamiento de los formatos para presentar y pagar impuestos en las fechas establecidas por el Gobierno.
	Recibos de Caja	Contabilización de ingresos por préstamos o pago de facturas de venta.
	Notas contables	Ajustes y otras contabilizaciones realizadas como depreciaciones, amortizaciones, notas bancarias o ajustes en general.

Fuente: elaboración propia

Información contable: hace referencia a los diferentes tipos de informes que genera el sistema, los cuales serán utilizados en la toma de decisiones a nivel financiero, fiscal, laboral, de costos, administrativo y comercial, estos pueden ser:

- Estados financieros de propósito general [19]: son aquellos que se preparan al cierre de un periodo para ser reconocidos por usuarios indeterminados, satisfaciendo el interés común del público al evaluar el flujo de fondos de un ente económico. Entre los que se encuentran el Balance General, el Estado de Resultados, el Estado de Cambios en el Patrimonio, el Estado de Cambios en la Situación Financiera y el Estado de Flujos de Efectivo.

- Estados financieros de propósito especial: se preparan para satisfacer necesidades específicas de ciertos usuarios de la información contable, son más detallados y menos frecuentes, aquí se encuentran por ejemplo el Balance Inicial, el Estado de Costos, o el Estado de Inventario.

Información procesada: con los análisis de los resultados de esa información se toman las decisiones pertinentes de diferente nivel organizacional, para continuar con la continuidad positiva de la compañía en función de su objeto social y políticas establecidas. Este resultado de información alimenta a su vez otros sistemas de la compañía o alimenta el mismo SIC, volviendo al ciclo.

6.2.4.3 Integridad

El SIC de la compañía carece de la característica de integridad, ya que en ningún momento de los procesos contables se notó la presencia de las actividades contables del área de producción, porque a pesar de que se realizan en la empresa, están aisladas de la contabilidad y mucha información queda perdida.

Las actividades que la empresa realiza para alimentar el SIC son las siguientes:

19 Decreto 2649 de 1993. Art. 20.

Tabla 3. Operaciones y procesos contables de contabilidad de costos

Tipo de Contabilidad	Formato	Actividad / Proceso
Contabilidad de Costos	Orden de Producción	Creación de la OP en el sistema estableciendo la cantidad de unidades y el presupuesto en pesos de materia prima del proyecto.
	Remisión o copia de la Factura	Se realiza la entrada al sistema de la materia prima adquirida.
	Requisición de materiales	El área de producción lo realiza para solicitar materiales al Almacén.
	Kárdex	El almacenista le da salida al material del inventario del sistema y lo carga a la OP correspondiente.
	Planilla de Nómina	Se registran los valores de la nómina en el costo y no se asocian a una OP específica.
	N/A	Se registran los valores de las compras de los CIF y no se asocian a una OP específica.

Fuente: elaboración propia

Estos son los procesos de contabilidad de costos que la empresa desarrolla dentro de su sistema de información contable, tratando de generar una comunicación entre todos sus procesos, y procurando conformar una herramienta integral para controlar mejor la producción y cumplir los fines de rentabilidad en la empresa.

6.2.5 Análisis general del entorno interno

Para realizar la planeación estratégica de la empresa se tienen en cuenta temas como planeación, organización, dirección y control, este análisis organizacional se muestra a continuación.

- **Planeación**

Consiste en fijar metas, estrategias, objetivos y planes; cada inicio de año las directivas de la empresa se reúnen para realizar la planeación de ventas del año a

iniciar, basándose en listados de ventas del año anterior, analizando los rubros como gastos de personal, ventas mensuales y anuales, productos más vendidos en valor monetario y en cantidad, así como indicadores de resultado del ejercicio, análisis de mercado, calendario de ferias, entre otros; también toman en cuenta las cifras económicas, como porcentaje de inflación, nuevo salario mínimo mensual legal vigente, su porcentaje de aumento, y también el auxilio de transporte.

Con estos datos de gastos y de ingresos, se procede a establecer la meta de ventas, de esta se desprenden los aumentos de salarios de los empleados y la ampliación del talento humano, esta meta se pretende lograr con el mejoramiento de la dinámica de gestión comercial con nuevos clientes y el ofrecimiento de nuevos productos a clientes ya existentes.

A continuación se muestran los listados que sirven de base para la planeación.

Tabla 4. Informe comparativo de ventas por artículo año 2011 y 2012

Grupo Destaka tu Marca SAS **Informe comparativo de ventas por artículo**					
Artículo	**Nombre**	**Cantidad**		**Valores**	
		2011	**2012**	**2011**	**2012**
1	Materia prima	1	0	20.000.000	0
2	Alquiler	3	272	7.300.000	82.587.126
3	No fletes	0	2	0	220.000
4	Pendón	1	8	60.000	1.100.000
5	Aviso	1	9	6.830.000	6.685.000
6	Tapete	12	30	3.395.000	14.482.500
7	Cenefa	59	226	2.805.000	11.083.000
8	Pared en acrílico	9	17	3.555.000	12.400.000
9	Cartelera	268	24	17.625.000	4.120.000
10	Señalización	57	895	2.826.000	42.943.986

Tabla 4. Informe comparativo de ventas por artículo año 2011 y 2012 (continuación)

Grupo Destaka tu Marca SAS Informe comparativo de ventas por artículo					
Artículo	Nombre	Cantidad		Valores	
		2011	2012	2011	2012
11	Horario	8	12	859.000	4.859.000
12	Atril	43	49	7.405.090	8.550.000
13	Take one multi catalogo	8	312	1.871.910	10.803.000
14	Sala	3	5	2.900.000	8.860.000
15	Sofá	3	2	4.005.000	2.450.000
16	Tarima	5	4	2.970.000	7.575.000
17	Elementos de ambientación	14	62	24.425.000	138.350.500
18	Porta afiches	17	19	6.535.000	6.924.500
19	Afiche	19	35	1.305.000	4.399.000
20	Logo	17	69	5.074.000	24.836.000
21	Vinilo adhesivo	2	12	660.000	3.475.000
22	Otros	14	1	20.829.978	80.000
23	Bandeja	6	0	750.000	0
24	Mueble	7	39	29.612.000	85.407.931
25	Silla	1	2	150.000	320.000
26	Counter	2	5	1.636.000	4.702.000
27	Lámparas	1	2	80.000	160.000
28	Antideslizante escalera	17	0	680.000	0
29	Multi catálogo	1	0	430.000	0
30	Diseño de artes	3	10	270.000	705.000
31	Cortina	3	0	4.095.000	0
32	Parasol	2	0	6.250.000	0
34	Dummies	0	6	0	390.000
35	Stand	0	25	0	160.167.500
37	Instalación	0	22	0	24.470.850
39	No mantenimiento	0	42	0	7.675.000
40	Wall paper	0	1	0	1.104.000
41	Placa	0	28	0	803.000
42	Otros servicios	0	15	0	3.915.000
43	Porta pendón	0	9	0	1.313.000
46	Backing	0	4	0	1.074.741
47	Tropezón	0	2	0	890.000
50	Material de empaque	0	16	0	7.003.398
51	Cerramiento en vidrio	0	8	0	7.335.289
55	Eco ambientaciones	0	10	0	3.120.000
56	Soporte TV - DVD	0	1	0	180.000
57	Pieza en acrílico	0	9	0	4.480.000

Tabla 4. Informe comparativo de ventas por artículo año 2011 y 2012 (continuación)

Grupo Destaka tu Marca SAS Informe comparativo de ventas por artículo					
Artículo	**Nombre**	**Cantidad**		**Valores**	
		2011	**2012**	**2011**	**2012**
58	Ganchos estilo honda	0	779	0	2.259.100
59	Artículos promocionales	0	2	0	160.000
60	Espejo	0	6	0	1.370.000
61	Totem	0	4	0	13.250.000
62	Bodegaje	0	4	0	600.000
63	Pieza en fibra de vidrio	0	2	0	3.100.000
65	Exhibidor	0	1561	0	39.637.000
66	No vinilo adhesivo	0	3	0	135.000
72	Servicio de mantenimiento	0	1	0	1.620.000
82	Adecuación	0	1	0	4.250.000
85	Guacal	0	1	0	170.000
	Total	**607**	**4.685**	**187.188.978**	**778.551.421**

Fuente: levantamiento y adecuación de autores

Se observa un alto crecimiento de ventas del año 2011 al 2012, esto ocurre porque la empresa se benefició de los clientes que tenía vinculados la anterior razón social, en cabeza de una persona natural, el señor Alexander Cortez. De esta manera los directivos agregan al análisis, el estudio de las ventas en el año 2011 bajo la persona natural que representaron un total de $351.803.000 (dato tomado de los libros contables de esta persona) y ésta sumada a las ventas de la persona jurídica en el mismo año ($187.188.978), generan un total de $538.991.978. Teniendo en cuenta este total se evidencia un crecimiento representativo de 44,44% para el año 2012, pues se vendió un total de $778.551.421.

Aunque se muestra una tendencia de crecimiento, los directos saben que deben reforzar la gestión comercial y de mercadeo, y mejorar sus procesos de producción.

Tabla 5. Estado de resultados comparativo año 2011 y 2012

Grupo Destaka tu Marca SAS Estado de resultados comparativo						
Cuenta	**Nombre de la cuenta**	**2011**		**2012**		**Diferencia**
		Valor	**%**	**Valor**	**%**	
Ingresos						
Ingresos operacionales						
4155	Ingresos peracionales-actividades	196.863.978	105,16%	783.889.921	99,85%	587.025.943
4175	Devoluciones en ventas (DB)	-9.675.000	-5,17%	-5.338.500	-0,68%	4.336.500
Subtotal ingresos operacionales		**187.188.978**	**99,99%**	**778.551.421**	**99,17%**	**591.362.443**
Ingresos no operacionales						
4205	Otras ventas	0	0,00%	430.900	0,05%	430.900
4210	Financieros	21.462	0,01%	618.983	0,08%	597.521
4235	Servicios	0	0,00%	3.456.823	0,44%	3.456.823
4250	Recuperaciones	3	0,00%	1.695.602	0,22%	1.695.599
4255	Indemnizaciones	0	0,00%	278.093	0,04%	278.093
4295	Diversos	**0**	0,00%	39.771	0,01%	39.771
Subtotal ingresos no operacionales		**21.465**	**0,01%**	**6.520.172**	**0,83%**	**6.498.707**
Total ingresos		**187.210.443**	**100,00%**	**785.071.593**	**100,00%**	**597.861.150**
Gastos						
Gastos - operacionales de administración						
5105	Gastos de personal	0	0,00%	37.168.416	4,73%	37.168.416
5110	Honorarios	0	0,00%	4.749.000	0,60%	4.749.000
5120	Arrendamientos	0	0,00%	1.534.758	0,20%	1.534.758
5130	Seguros	0	0,00%	5.391.174	0,69%	5.391.174
5135	Servicios	1.564.045	0,84%	11.861.772	1,51%	10.297.728
5140	Gastos legales	9.735	0,01%	546.433	0,07%	536.698
5145	Mantenimiento y reparaciones	0	0,00%	870.300	0,11%	870.300
5150	Adecuación e instalación	0	0,00%	896.884	0,11%	896.884
5155	Gastos de viaje	0	0,00%	742.980	0,09%	742.980
5160	Depreciaciones	0	0,00%	1.298.913	0,17%	1.298.913
5195	Diversos	589.693	0,31%	6.577.088	0,84%	5.987.395
Subtotal gastos - operacionales de admón		**2.163.473**	**1,16%**	**71.637.718**	**9,12%**	**69.474.245**
Gastos - operacionales de ventas						
5215	Impuestos	0	0,00%	2.059.000	0,26%	2.059.000
5235	Servicios	0	0,00%	1.688.632	0,22%	1.688.632
5255	Gastos de viaje	0	0,00%	58.397	0,01%	58.397
5295	Diversos	723.038	0,39%	866.697	0,11%	143.659
Subtotal gastos - operacionales de ventas		**723.038**	**0,39%**	**4.672.726**	**0,60%**	**3.949.688**

Tabla 5. Estado de resultados comparativo año 2011 y 2012 (continuación)

Grupo Destaka tu Marca SAS Estado de resultados comparativo						
Cuenta	**Nombre de la cuenta**	**2011**		**2012**		**Diferencia**
		Valor	**%**	**Valor**	**%**	
Gastos						
Gastos - no operacionales						
5305	Financieros	961.774	0,51%	6.922.433	0,88%	5.960.659
5310	Pérdida en venta y retiro de bienes	0	0,00%	1.045.429	0,13%	1.045.429
5315	Gastos extraordinarios	249.191	0,13%	581.960	0,07%	332.769
5395	Gastos diversos	0	0,00%	2.624.653	0,33%	2.624.653
Subtotal gastos - no operacionales		**1.210.965**	**0,65%**	**11.174.475**	**1,42%**	**9.963.510**
Total gastos		**4.097.475**	**2,19%**	**87.484.919**	**11,14%**	**83.387.444**
Costos de ventas						
Costos de ventas						
6155	Actividades inmobiliarias, empresariales	97.988.370	52,34%	275.311.500	35,07%	177.323.129
Subtotal costos de ventas		**97.988.370**	**52,34%**	**275.311.500**	**35,07%**	**177.323.129**
Total costos de ventas		**97.988.370**	**52,34%**	**275.311.500**	**35,07%**	**177.323.129**
Costos de producción u operación						
Costos de producción - mano de obra directa						
7205	Gastos de personal	42.895.696	22,91%	142.718.990	18,18%	99.823.294
7210	Honorarios	0	0,00%	248.000	0,03%	248.000
7220	Arrendamientos	87.000	0,05%	27.646.106	3,52%	27.559.106
7230	Seguros	0	0,00%	2.703.687	0,34%	2.703.687
7235	Servicios	13.428.303	7,17%	82.390.256	10,49%	68.961.953
7240	Gastos legales	0	0,00%	3.072	0,00%	3.072
7245	Mantenimiento y reparaciones	465.801	0,25%	3.598.719	0,46%	3.132.918
7250	Adecuación e instalación	0	0,00%	2.564.395	0,33%	2.564.395
7255	Gastos de viaje	4.146.640	2,21%	29.059.552	3,70%	24.912.912
7260	Depreciaciones	0	0,00%	5.993.524	0,76%	5.993.524
7295	Diversos	734.956	0,39%	27.964.882	3,56%	27.229.926
Subtotal costos de producción - mano de obra		**61.758.396**	**32,99%**	**324.891.183**	**41,38%**	**263.132.787**
Subtotal costos de producción u operación		**61.758.396**	**32,99%**	**324.891.183**	**41,38%**	**263.132.787**
Utlidad o (pérdida)		**23.366.202**	**12,48%**	**97.383.992**	**12,40%**	**74.017.790**

Fuente: levantamiento y adecuación de autores

Tabla 6. Informe de ventas por centro de costo año 2012

Grupo Destaka tu Marca SAS				
Informe de ventas por centro de costos (Líneas de venta)				
Ventas del 01 Enero 2012 al 31 Diciembre 2012				
Centro de costos:	**Ventas**			
División:	**Señalización**			
Sección:	**Arquitectónica**			
Artículo	**Nombre del Producto**	**Id. Unidad**	**Cantidad**	**Valor**
20	Logo	uni	69	24.836.000
57	Pieza en acrílico	uni	9	4.480.000
41	Placa	uni	28	803.000
Subtotal arquitectónica			106	30.119.000
Sección:	**Hablador**			
Artículo	**Nombre del Producto**	**Id. Unidad**	**Cantidad**	**Valor**
12	Atril	uni	49	8.550.000
Subtotal hablador			49	8.550.000
Subtotal división señalización			**155**	**38.669.000**
División:	**Exhibición comercial**			
Sección:	**Exhibidores**			
Artículo	**Nombre del Producto**	**Id. Unidad**	**Cantidad**	**Valor**
65	Exhibidor	uni	1.561	39.637.000
51	Cerramiento en vidrio	uni	8	7.335.289
50	Material de empaque	uni	16	7.003.398
42	Otros servicios	uni	15	3.915.000
63	Pieza en fibra de vidrio	uni	2	3.100.000
58	Ganchos estilo honda	uni	779	2.259.100
59	Artículos promocionales	uni	2	160.000
Subtotal exhibidores			2.383	63.409.787
Sección:	**Muebles**			
Artículo	**Nombre del Producto**	**Id. Unidad**	**Cantidad**	**Valor**
61	Tótem	uni	4	13.250.000
Subtotal muebles			4	13.250.000
Sección:	**Exhibición portátil**			
Artículo	**Nombre del Producto**	**Id. Unidad**	**Cantidad**	**Valor**
26	Counter	uni	5	4.702.000
Subtotal exhibición portátil			5	4.702.000
Subtotal división exhibición comercial			**2.392**	**81.361.787**
División:	**Ferias y eventos**			
Sección:	**Alquiler**			
Artículo	**Nombre del Producto**	**Id. Unidad**	**Cantidad**	**Valor**
4	Pendón	uni	8	1.100.000

Tabla 6. Informe de ventas por centro de costo año 2012 (continuación)

Grupo Destaka tu Marca SAS				
Informe de ventas por centro de costos (Líneas de venta)				
Ventas del 01 Enero 2012 al 31 Diciembre 2012				
División:	**Ferias y eventos**			
Sección:	**Alquiler**			
Artículo	**Nombre del Producto**	**Id. Unidad**	**Cantidad**	**Valor**
3	No fletes	uni	2	220.000
Subtotal alquiler			10	1.320.000
Sección:	**Ventas**			
Artículo	**Nombre del Producto**	**Id. Unidad**	**Cantidad**	**Valor**
35	Stand	uni	25	160.167.500
5	Aviso	uni	9	6.685.000
60	Espejo	uni	6	1.370.000
Sección:	**Ventas**			
Artículo	**Nombre del Producto**	**Id. Unidad**	**Cantidad**	**Valor**
46	Backing	uni	4	1.074.741
47	Tropezón	uni	2	890.000
27	Lámparas	uni	2	160.000
Subtotal venta			48	170.347.241
Subtotal división ferias y eventos			**58**	**171.667.241**
División:	**Ambientes de marca**			
Artículo	**Nombre del Producto**	**Id. Unidad**	**Cantidad**	**Valor**
24	Mueble	uni	39	85.407.931
10	Señalización	uni	895	42.943.986
37	Instalación	uni	22	24.470.850
6	Tapete	uni	30	14.482.500
7	Cenefa	uni	226	11.083.000
13	Take one multi catálogo	uni	312	10.803.000
39	No mantenimiento	uni	42	7.675.000
16	Tarima	uni	4	7.575.000
18	Porta afiches	uni	19	6.924.500
11	Horario	uni	12	4.859.000
19	Afiche	uni	35	4.399.000
82	Adecuación	uni	1	4.250.000
21	Vinilo adhesivo	uni	12	3.475.000
55	Eco ambientaciones	uni	10	3.120.000
15	Sofá	uni	2	2.450.000
43	Porta pendón	uni	9	1.313.000
40	Wall paper	uni	1	1.104.000
34	Dummies	uni	6	390.000

Tabla 6. Informe de ventas por centro de costo año 2012 (continuación)

Grupo Destaka tu Marca SAS Informe de ventas por centro de costos (Líneas de venta)				
Ventas del 01 Enero 2012 al 31 Diciembre 2012				
División:	**Ambientes de marca**			
Artículo	**Nombre del Producto**	**Id. Unidad**	**Cantidad**	**Valor**
25	Silla	uni	2	320.000
56	Soporte TV - DVD	uni	1	180.000
85	Guacal	uni	1	170.000
66	No vinilo adhesivo	uni	3	135.000
22	Otros	uni	1	80.000
Subtotal división ambientes de marca			**1.685**	**237.610.767**
División:	**Otras ventas**			
Artículo	**Nombre del Producto**	**Id. Unidad**	**Cantidad**	**Valor**
17	Elementos de ambientación	uni	62	138.350.500
2	Alquiler	uni	272	82.587.126
8	Pared en acrílico	uni	17	12.400.000
14	Sala	uni	5	8.860.000
9	Cartelera	uni	24	4.120.000
72	Servicio de mantenimiento	uni	1	1.620.000
30	Diseño de artes	uni	10	705.000
62	Bodegaje	uni	4	600.000
Subtotal división otras ventas			**395**	249.242.626
Total ventas			**4.685**	**778.551.421**

Fuente: levantamiento y adecuación de autores

Tabla 7. Informe de ingresos, gastos y costos mes a mes año 2012

Grupo Destaka tu Marca SAS
Informe de ingresos, gastos y costos mes a mes
Fecha de corte: 31 de Diciembre 2012

Nombre de la cuenta	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
INGRESOS													
Ingresos Operacionales	58.536.344	59.589.835	64.616.889	5.525.000	160.364.500	51.493.500	57.812.500	64.454.764	66.271.700	48.613.603	89.676.000	51.596.786	778.551.421
Ingresos No Operacionales	12.723	4.258	4.191	3.869	393.301	524.789	2.034.435	216.955	1.182.470	680.338	302.754	1.159.964	6.520.048
TOTAL INGRESOS	**58.549.067**	**59.594.093**	**64.621.080**	**5.528.869**	**160.757.801**	**52.018.289**	**59.846.935**	**64.671.719**	**67.454.170**	**49.293.941**	**89.978.754**	**52.756.750**	**785.071.469**
GASTOS													
Gastos de Administración													
Gastos de Personal	1.159.562	2.579.878	1.379.878	2.599.905	2.624.174	3.903.840	3.505.040	3.621.743	4.167.337	4.238.594	4.050.799	3.337.666	37.168.416
Honorarios	0	0	500.000	500.000	0	749.000	500.000	1.000.000	500.000	500.000	0	500.000	4.749.000
Arrendamientos	0	0	0	0	0	186.000	186.000	302.379	186.000	302.379	186.000	186.000	1.534.758
Seguros	0	0	0	0	1.385.971	210.202	1.385.971	111.896	210.202	1.545.592	297.930	243.410	5.391.174
Servicios	524.340	333.592	411.034	600.591	1.460.308	1.164.679	990.380	1.189.219	1.952.190	1.174.710	1.325.949	734.782	11.861.772
Gastos Legales	0	0	525.100	0	0	0	8.441	4.000	0	3.886	5.006	0	546.433
Mantenimiento y Reparaciones	0	56.000	0	90.000	0	610.000	114.300	0	0	0	0	0	870.300
Instalaciones Eléctricas	0	0	0	0	0	125.000	0	0	500.000	0	0	271.884	896.884
Gastos de Viaje	0	742.980	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	742.980
Depreciaciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.298.913	1.298.913
Diversos	382.219	204.208	638.709	482.863	783.168	731.236	247.817	389.206	452.550	462.131	431.920	1.371.061	6.577.088
Total de Gastos de Administración	**2.066.121**	**3.916.658**	**3.454.721**	**4.273.359**	**6.253.621**	**7.679.957**	**6.937.949**	**6.618.443**	**7.968.279**	**8.227.292**	**6.297.604**	**7.943.716**	**71.637.718**
Gastos de Ventas													
Impuestos	0	0	0	2.059.000	0	0	0	0	0	0	0	0	2.059.000
Servicios	0	0	0	1.500.000	0	0	0	0	64.933	39.833	41.833	42.033	1.688.632
Diversos	0	0	3.930	88.200	157.000	14.700	144.010	100.784	171.224	45.246	200.000	0	925.094
Total Gastos de ventas	0	0	3.930	3.647.200	157.000	14.700	144.010	100.784	236.157	85.079	241.833	42.033	4.672.726
Gastos No operacionales													
Financieros	380.265	286.359	406.733	314.445	695.861	525.308	500.235	656.190	1.137.907	665.544	595.189	758.398	6.922.433
Pérdida en Venta y Retiro de Bienes	400.000	0	0	0	0	0	0	177.232	0	0	0	468.197	1.045.429
Gastos Extraordinarios	82.632	5.727	293	14	105.657	34.274	83.410	39.490	10.752	45.346	23.968	150.397	581.960
Gastos Diversos	0	1.037.926	0	206.256	121.679	18.757	202	16.023	842.314	160.476	300	220.720	2.624.653
Total Gastos No operacionales	**862.897**	**1.330.012**	**407.026**	**520.715**	**923.197**	**578.339**	**583.847**	**888.935**	**1.990.973**	**871.366**	**619.457**	**1.597.712**	**11.174.475**
TOTAL GASTOS	**2.929.018**	**5.246.670**	**3.865.677**	**8.441.274**	**7.333.817**	**8.272.996**	**7.665.806**	**7.608.162**	**10.195.409**	**9.183.737**	**7.158.894**	**9.583.460**	**87.484.919**
COSTO DE VENTAS													
TOTAL COSTO DE VENTAS	**17.751.942**	**21.637.339**	**20.217.893**	**3.562.927**	**68.631.176**	**28.152.538**	**14.252.315**	**5.401.996**	**12.647.079**	**13.347.139**	**36.547.050**	**33.162.105**	**275.311.500**
COSTOS DE PRODUCCION													
Mano de Obra Directa	7.943.269	7.986.862	11.114.076	13.076.133	14.379.662	11.921.945	9.675.293	11.833.645	11.469.791	16.024.119	15.888.848	11.405.347	142.718.990
Honorarios de Construcción	0	0	0	0	0	248.000	0	0	0	0	0	0	248.000
Arrendamientos	0	0	0	3.120.000	19.568.000	494.000	1.135.000	554.000	765.520	1.141.586	434.000	434.000	27.646.106
Seguros	0	0	0	0	0	650.386	0	535.544	566.776	380.287	323.426	247.268	2.703.687
Servicios	1.482.099	4.255.242	1.866.411	3.915.287	13.550.052	7.876.353	7.297.717	8.858.845	6.888.179	13.036.057	6.177.054	7.186.959	82.390.256
Gastos Legales	3.072	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3.072
Mantenimiento y Reparaciones	45.000	539.362	137.400	86.220	0	65.000	798.068	15.000	1.225.878	334.069	297.722	55.000	3.598.719
Instalaciones eléctricas	0	0	0	0	220.000	0	360.000	35.000	1.315.000	0	0	634.395	2.564.395
Gastos de Viaje	533.221	2.963.968	1.314.342	1.888.836	5.622.054	4.002.461	1.583.881	1.350.669	159.765	3.943.928	3.419.775	2.276.652	29.059.552
Depreciación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5.993.524	5.993.524
Diversos	425.994	571.776	1.065.289	1.733.897	1.579.140	1.403.504	1.362.445	5.036.809	3.911.152	5.022.483	3.127.000	2.725.393	27.964.882
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	**10.432.655**	**16.317.211**	**15.497.518**	**23.820.372**	**54.918.908**	**26.661.649**	**22.212.404**	**28.219.512**	**26.302.061**	**39.882.529**	**29.667.825**	**30.958.538**	**324.891.183**
(UTILIDAD) O PERDIDA	**27.435.453**	**16.392.873**	**25.039.991**	**-30.295.703**	**29.873.900**	**-11.068.894**	**15.716.411**	**23.442.050**	**18.309.621**	**-13.119.464**	**16.604.985**	**-20.947.353**	**97.383.868**

Fuente: levantamiento y adecuación de autores

Cuadro 2. Variación de cifras económicas del año 2012 al 2013

Cifra	2012	2013	Variación	Porcentaje
Unidad de valor tributario	26.049	26.841	792	3,04 %
Salario mínimo mensual legal vigente	566.700	589.500	22.800	4,02 %
Auxilio de transporte	67.800	70.500	2.700	3,98 %

Fuente: levantamiento y adecuación de autores, tomado del portal Actualícese.com

Otro de los aspectos importantes que visualiza la dirección es el apoyo que planea brindar a los participantes de las diferentes ferias y eventos que se realizan en la ciudad durante el año, como fuente de posibilidades de ventas, para lo cual se toma la programación y temas de las ferias y se contacta a los potenciales clientes.

También la empresa se hace partícipe activo, asistente a ferias sobre temas de publicidad como La Feria Andigráfica (de maquinaría y tecnología) o Feria Expomarketing (mercadeo) o Ferias de Construcción (sobre tendencias de diseño y materiales de construcción).

- **Organización**

Hace referencia a responder para la compañía las preguntas de ¿Qué hacer?, ¿Cómo hacer? y ¿Quién lo hace? La compañía tiene una organización buena, donde los directivos, siendo los mismos accionistas, son quienes tienen la mayor jerarquía y autoridad para hacer que se cumplan los fines empresariales, para ello también se hace necesaria la intervención de unas subdirectivas por dependencia, como en el área de Diseño y Producción, y en la parte Financiera uno de los directivos maneja el cargo.

En esta época tan acelerada por el consumismo y sistema capitalista, se hacen necesarias nuevas herramientas de gestión, la empresa lo sabe, y es por eso que mantiene buenas relaciones y alianzas, donde la competencia se convierte en un aliado más para cumplir los fines estipulados.

Estas directivas en ocasiones se encuentran con una carga laboral excesiva y por ello intentan lentamente segregar sus funciones en el resto de personal, sinónimo de confianza en sus colaboradores y generando mayor eficiencia en las propias funciones que les compete.

- **Dirección**

La dirección se refiere a la orientación de los procesos y actividades en el curso adecuado y de acuerdo a lo planeado; las directivas de la compañía se esfuerzan mucho en orientar el comportamiento y rumbo que realiza la empresa según lo planeado. Las decisiones son tomadas en conjunto (directivas) y de manera inmediata según la urgencia para no afectar de manera negativa el rumbo establecido y así cumplir los objetivos propuestos y alcanzar las metas trazadas.

- **Ejecución**

La ejecución es la etapa donde se materializan, desarrollan y llevan a cabo los procesos de la producción; estos procesos y actividades se realizan siguiendo los parámetros y pautas establecidas en la planeación, aunque en la parte productiva siempre surgen imprevistos especialmente con retrasos en los tiempos de entrega o entregas con detalles que finalmente no aprueban los clientes, también en la parte de consumo de materias primas y en la parte de instalación donde en ocasiones hay sobrecostos por no utilizar estrategias adecuadas.

Durante la ejecución y después de la entrega del proyecto es importante resaltar la relación directa que la empresa logra con el cliente, convirtiéndose en íntimo aliado que los apoya para cubrir sus necesidades, generando confianza para futuros proyectos.

- **Control**

El control es el encargado de garantizar que los planes de la organización se realicen de la mejor manera posible para cumplir los objetivos y alcanzar las metas deseadas. Los efectos de sus decisiones son de repercusión de corto plazo; es común que la Gerencia sea quien controle los diferentes procesos productivos para así corregir de manera inmediata lo que sea necesario, se diseñan formatos de consumo de material y herramientas utilizadas por OP y se concientiza al operario para que informe al Almacén sobre el consumo de los diferentes insumos. También el Departamento de Contabilidad trata de garantizar el cumplimiento de los planes de la organización orientando al almacenista para que procese información vital para conocer la rentabilidad de cada proyecto y pasar esta información de manera oportuna al Área de Contabilidad.

- **Evaluación**

Entiéndase la evaluación como una forma de control que recae sobre hechos ya cumplidos y decisiones adoptadas, tiene por objeto prevenir, corregir o evitar en el mediano o largo plazo la ocurrencia o repetición de eventos nocivos para la organización o corregir las desviaciones detectadas en los resultados[20]. En la empresa analizada, siempre, en cada proyecto se revisa la logística y comportamiento final del proyecto, en cuanto a cumplimiento de lo pactado con el

[20] PÉREZ CASTAÑO, Marta. Guía práctica de planeación estratégica. Ed. Universidad del Valle. 1990

cliente, pero no se realiza el análisis de la utilidad arrojada por el mismo, ya que estos procesos de costeo son deficientes y por medio de este estudio se pretende ofrecerles unas pautas para que esto no siga sucediendo.

- **Retroalimentación**

Retroalimentación o feedback es el proceso mediante el cual se revisa lo acontecido, se analiza y se aprende de él para afianzar los procesos futuros o corregir las fallas cometidas. En la empresa, luego de cada proyecto entregado se evalúan los pro y los contra del mismo, se analizan los tiempos de entrega, la calidad de la atención prestada, la estética del producto y los comentarios generales que hagan al respecto los diferentes clientes; para con ellos mejorar o conservar procedimientos y tratar así de mantener una fidelización de los clientes satisfechos.

6.2.6 Matriz DOFA

Fortalezas:

- Ambiente laboral muy agradable y cómodo.
- Calidad en el servicio al cliente y servicio posventa.
- Publicidad en la web que atrae clientes nacionales y extranjeros.
- Compromiso de proyección de continuidad y crecimiento empresarial.
- Experiencia comercial amplia a nivel Nacional.
- Calidad en los productos y servicios prestados.
- Diseños 2D y 3D, gráficos e industriales, con nivel de innovación, funcionalidad y personalizados para que cumplan su fin.

Debilidades:

- Organización física mal distribuida, no acorde con la producción y procesos del área de producción, está por fuera de un sistema de costos íntegro.
- Falta de un Manual de Procesos y Procedimientos.
- Carencia de un Reglamento Interno de Trabajo, normatizado por el Código Sustantivo del Trabajo, en sus artículos 104° al 125°.
- Poca liquidez, normalmente se recurren a préstamos bancarios, generando gastos bancarios adicionales.
- Deudas financieras altas asumidas por la empresa y originadas por la Persona Natural antes existente.
- Falta de un Organigrama definido donde se evidencie la segregación de funciones para diferenciar mejor los cargos.
- Deficiente manejo del software contable que no permite la cuantificación de los procesos y materia prima.

7. ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO

Cuando se habla de publicidad, se hace referencia a una herramienta que hace parte del proceso de mercadeo de una empresa, el cual abarca la concepción, diseño y producción de mensajes que se transmiten a los clientes o consumidores, a través de los diferentes medios de comunicación.

La empresa Grupo Destaka Tu Marca SAS orienta su trabajo principalmente a la industria del BTL (Below the Line), que es una forma de comunicación que permite llegar directamente a un determinado nicho de mercado, pues va dirigida al consumidor final, buscando que éste interactúe con los mensajes y con las marcas.

Con base en lo anterior y revisando el entorno externo de la empresa a continuación se exponen los diferentes impactos que esta industria genera.

7.1 LEJANO

7.1.1 Ecológico

Grupo Destaka Tu Marca es una empresa que desarrolla sus actividades en una zona central de la ciudad de Cali, en una zona comercial y residencial, es por eso que el compromiso con el medio ambiente se hace mayor y realiza actividades encaminadas a contribuir con la preservación del medio ambiente, tales como:

- En la mayoría de sus productos, se trata de utilizar materias primas cuyos componentes no afecten el medio ambiente.

- Los residuos de materiales son clasificados y reutilizados algunas veces por la empresa y la mayoría entregados a terceras personas para su reutilización.

- Cuentan con un sistema “atrapa grasa” el cual no permite que aceites y grasas lleguen a la línea del alcantarillado evitando taponamientos y contaminación del agua, ya que estas sustancias son inmiscibles (no se mezclan) con el agua y permanecen en la superficie por mucho tiempo, generando natas y espumas, las cuales entorpecen cualquier tipo de tratamiento físico o químico.

- Se utilizan extractores eólicos que permiten disminuir la temperatura y extraer la polución, el polvillo y los gases suspendidos en el aire, sin consumo de energía, reduce la humedad interior y ayuda a preservar la buena salud de las personas que laboran en su zona de influencia.

7.1.2 Político

Con el objetivo de integrar las diferentes empresas de la industria BTL se creó la Asociación Colombiana de BTL, fundada en 2006, y actualmente conformada por 23 de las principales agencias de BTL del país. Sus miembros están representados por los gerentes generales de cada una de las empresas asociadas.

El planteamiento de esta organización se enfoca en temas tales como: ¿Hacia dónde va el BTL?, la profesionalización del BTL, el fortalecimiento de la rentabilidad de la industria, el incremento de la participación dentro del mercado de las comunicaciones en Colombia, la creación de códigos de ética dentro del

gremio, el desarrollo de un negocio sostenible a largo plazo y el logro de un reconocimiento del sector dentro del gremio y los clientes [21].

7.1.3 Jurídico

Las normas que influyen directa o indirectamente en la empresa son de índole comercial, laboral, civil, penal, fiscal y otras propias de la actividad publicitaria. De acuerdo con lo anterior el marco legal y jurídico de la empresa Grupo Destaka tu Marca SAS se basa en las siguientes normas:

- La Constitución Nacional, que garantiza la libertad de empresa y la iniciativa privada dentro de los límites del bien común.

- El Código de Comercio, que sirve de marco jurídico en la actividad comercial.

- El Código Sustantivo del Trabajo, que contiene normas que rigen las relaciones entre el empleador y el empleado.

- El Código Civil, que regula el comportamiento de la empresa en temas como la contratación o afectación con terceros.

- El Código Penal, que regula el comportamiento de los comerciantes e imponen sanciones penales a delitos tales como: alteración y modificación de calidad, usurpación de marcas, uso ilegítimo de patentes, entre otras.

- Estatuto Tributario y los diferentes decretos que el sistema tributario expide constantemente.

[21] Página web Asociación Colombiana de BTL - ACBTL http://www.acbtl.org/

- Código de Autorregulación Publicitaria.

- Compendio Normativo de Publicidad en Colombia, elaborado a iniciativa de la UCEP (Unión Colombiana de Empresas Publicitarias) y con la colaboración de la ANDA (Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia), y busca ser puesto a disposición de todas las agencias afiliadas y sus funcionarios, como un manual normativo que sirva como base, para revisar que sus actividades diarias se ciñan a lo dispuesto no solo en las normas generales de la legislación, sino en las disposiciones específicas para cada caso concreto.

7.1.4 Social

La publicidad ha tenido un rápido crecimiento gracias a los avances tecnológicos. La influencia que la publicidad tiene sobre la sociedad puede ser de carácter positivo o negativo dependiendo de la manera como el individuo haga uso de la misma.

Se considera que el objetivo principal de la publicidad es generar beneficios económicos y facilitar la transmisión de información a grandes masas o grupos específicos, puesto que contribuye de gran forma en la venta efectiva de los productos que se quieren ofrecer.

De acuerdo con la publicación en Agosto de 2012 de la Revista P&M (revista colombiana de publicación mensual especializada en información nacional e internacional en mercadeo, publicidad, medios de comunicación), la industria de BTL crece cada día y emplea a más de 2.500 personas directas y a un promedio de 900.000 trabajadores indirectos por año. De esta manera mientras los empresarios tienen la posibilidad de incrementar sus ventas, gran parte de la

comunidad se ve beneficiada porque se ha convertido en una fuente importante de trabajo.

7.1.5 Económico

Con base en los estudios realizados por expertos en el tema publicitario se dice que éste sector ha crecido de manera relevante durante los últimos años. Según Revista P&M en el año 2011 el sector publicitario creció al ritmo de la economía del País, mientras que la economía creció en un 5,9%, este sector lo hizo en un 6.1% y el BTL se ubica en un tercer nivel de importancia en la industria publicitaria nacional y Colombia es el país más premiado de la actividad en Latinoamérica.

A punta de activaciones de marca, relaciones públicas, promociones en puntos de venta y eventos, las agencias de BTL se han abierto camino en el competido mundo de la industria publicitaria nacional. Hoy son más que estos tópicos y a fuerza de investigación, marketing estratégico e investigación, este sector se ha ganado el derecho de sentarse a hablar de igual a igual con los más influyentes del negocio. Infraestructura, creatividad y herramientas que se traducen en resultados son algunos de los factores por los cuales el BTL ya tiene la confianza de los clientes. El BTL afronta retos operativos y de endeudamiento que con seguridad superará, si sigue poniendo tenacidad y empeño [22].

De acuerdo con la información publicada por la Asociación Colombiana de BTL (ACBTL) la industria hoy llega a los 6.8 billones de pesos, "*estimulando la demanda de una economía en crecimiento en la que sus consumidores, cada día*

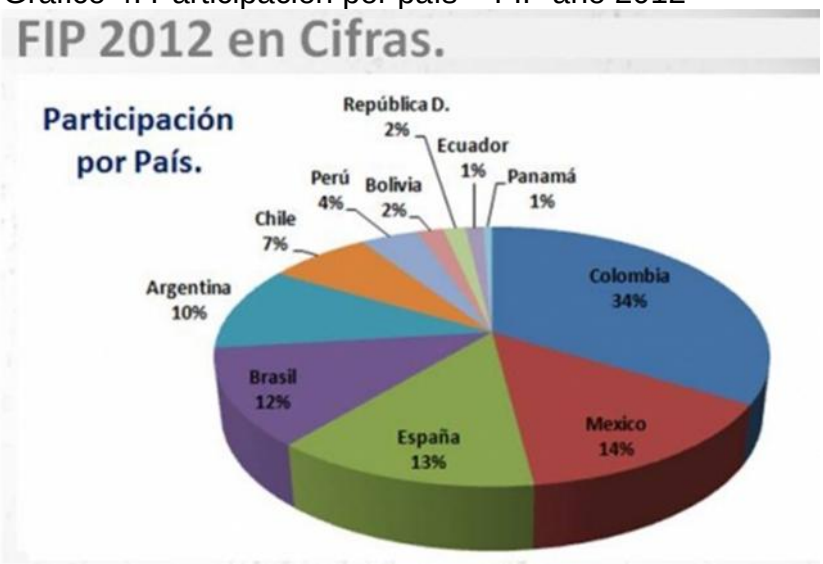
[22] VERGARA VARGAS, Cristian Camilo. BTL Factores de Éxito. Revista P&M. Colombia. Agosto 2012. http://www.revistapym.com.co/btl-colombia

necesitan más campañas innovadoras y creativas que les den razones para decidir su compra”[23].

7.1.6 Demográfico

La participación que Colombia tiene en la industria del BTL es muy importante. Para el año 2012 según el FIP (Festival Iberoamericano de Promociones & Eventos), certamen sobre Nuevas Herramientas de Marketing, que analiza y premia las mejores ideas de Ibero América, la participación que Colombia tuvo fue del 34%, la cual se constituye en la mayor respecto a los demás países participantes. Esto demuestra la fuerza que esta industria toma cada día en Colombia.

Gráfico 4. Participación por país – FIP año 2012



Fuente: Asociación Colombiana de BTL. Colombia. Febrero 2012.

[23] JARAMILLO, Ana María. Información de Prensa. ACBTL. Colombia .Febrero 2013.

7.1.7 Cultural

Es común que cuando se oye hablar de publicidad se crea que se trata de esa publicidad que se genera a través de los medios a los cuales desde hace mucho tiempo están acostumbrados: televisión, radio, revistas, entre otros, sin embargo es muy importante tener en cuenta que somos un país abierto al cambio, dispuesto a innovar para satisfacer las necesidades del mercado y mejorar las prácticas industriales.

El BTL como una opción de publicidad se ha convertido en una alternativa muy eficaz en el momento de hacer sobresalir una marca, y es probable que muchas empresas desconozcan las ventajas que ofrece, pues a nivel cultural se mantiene una idea de publicidad tradicional que no permite probar nuevas tendencias.

Las agencias colombianas de BTL se han convertido en aliados para sus clientes. Su pensamiento estratégico, creatividad, disponibilidad, flexibilidad, capacidad de reacción, pro actividad e interacción con el target de la marca en su propio terreno son puntos claves para que los clientes estén cambiando la cultura de verlos como simples ejecutores y pasen a considerar la relación como una alianza estratégica.

Para que la industria de la publicidad siga creciendo, los clientes deben entender que las agencias BTL son partners (socios) con los que está manteniendo una relación duradera basada en la interacción estratégica. El BTL tiene un componente operativo, pero no se debe olvidar que detrás de cada operación descansa una estrategia que garantiza llevar a buen puerto la fidelización del consumidor [24].

---

[24] VERGARA VARGAS, Cristian Camilo. BTL Factores de Éxito. Revista P&M. Colombia. Agosto 2012. http://www.revistapym.com.co/btl-colombia

7.1.8 Tecnológico

Teniendo en cuenta que la industria del BTL está en continuo crecimiento y que su finalidad es convertirse en un aliado estratégico de sus clientes, quienes exigen un producto que represente de la mejor manera su negocio, se hace necesario contar con herramientas que permitan satisfacer a sus clientes y optimizar los recursos que la empresa requiere.

De acuerdo con esta tendencia, Grupo Destaka tu Marca SAS se preocupa cada día por crear productos de calidad para sus clientes y es por eso que sus objetivos están puestos en disminuir la tercerización de procesos, para garantizar la calidad del producto en cada proceso y disminuir los costos, es por eso que poco a poco ha ido ampliando su maquinaria para la retoma de esos procesos.

Para dar a conocer las nuevas tecnologías en este sector se realizan diferentes ferias tanto a nivel nacional como internacional.

En Colombia se realiza cada dos años la Feria Internacional de la Industria de la Comunicación Gráfica - ANDIGRÁFICA, que se convierte en el epicentro de los grandes negocios a nivel nacional e internacional, de encuentros de los empresarios de servicios, maquinaria, equipos, materias primas, quienes además de celebrar negocios, pueden intercambiar conocimiento y fortalecer aquellos aspectos que la innovación trae para diferenciar los procesos, los productos y los servicios en la Industria gráfica.

A nivel mundial, se destaca la feria de la innovación para la industria gráfica y los medios de comunicación, DRUPA. Es el mayor acontecimiento mundial en las Artes Gráficas, esta feria permite conocer las principales tendencias del sector, entre ellas la impresión digital, la automatización, la importancia del

perfeccionamiento continuo de los acabados y productos especiales en el producto impreso, de especial relevancia en el envase y embalaje.

7.2 CERCANO

7.2.1 Mercadeo

El mercado de la publicidad es muy amplio, dado que existe una demanda alta de sus productos, pues todas las empresas necesitan incrementar sus ventas y dar a conocer su marca, para lo cual la industria del BTL se ha convertido en el medio apropiado para transmitir al consumidor los mensajes de cada una de ellas.

Aunque la empresa Grupo Destaka tu Marca SAS actualmente no cuenta con la infraestructura de grandes empresas, ha demostrado que tienen la capacidad de atender los requerimientos tanto de pequeñas como grandes empresas y trabaja día a día para incrementar su clientela, dándose a conocer a través de las diferentes ferias que se realizan en el país, “tocando puertas” de empresas que se consideran posibles clientes, aprovechando la publicidad en internet, entre otras.

7.2.2 Proveedores

Grupo Destaka tu Marca SAS está radicada en una zona industrial, estratégicamente ubicada en el país, lo cual supondría que tiene la facilidad de conseguir las materias primas; sin embargo, la situación no es fácil dado que en la ciudad de Cali no se encuentran los materiales idóneos que garanticen la calidad de los productos, principal política de la empresa.

Sus principales proveedores se ubican en la ciudad de Medellín y Bogotá, lo cual genera altos costos de producción.

7.2.3 Competencia

Aunque se trata de una industria joven en el país, existen muchas empresas dedicadas al BTL, empresas que inicialmente se dedicaban a actividades de impresión, diseño y de acuerdo con la demanda del mercado han ampliado su portafolio de servicios.

En esta industria una parte de los competidores se han convertido en aliados comerciales, que facilitan los procesos y la entrega oportuna del producto, dependiendo de los requerimientos y la ubicación del cliente.

A nivel local la empresa Grupo Destaka tu Marca SAS tiene como principal competencia a la compañía Esplendor Publicidad, una empresa con muchos años de experiencia y por otro lado se encuentra Imágenes Gráficas, empresa con mucha experiencia a nivel nacional y reconocida también en Estados Unidos.

Las grandes empresas de la industria del BTL se encuentran ubicadas en Bogotá, Medellín y Cali, y se caracterizan por ser productores de sus materias primas en su mayoría, lo cual les permite reducir costos de producción y garantizar la calidad a sus clientes.

Uno de los principales objetivos a largo plazo de esta compañía es seguir creciendo para estar al nivel de estas empresas.

7.3 MATRIZ DOFA

Oportunidades:

- Crecimiento del mercado.
- Gran demanda de sus productos.
- Trabajo con importantes clientes que permiten abrir campo a otros mercados.
- Alianzas con empresas que puedan mejorar la capacidad competitiva.
- Desarrollo tecnológico e innovaciones constantes que permiten optimizar procesos.
- Posición geográfica que facilita la exportación de productos.

Amenazas:

- Altos costos de producción.
- Competencia fuerte.
- Falta de proveedores en la zona.
- Alta tercerización de procesos.

8. METODOLOGÍA

En el proceso realizado para diseñar un adecuado sistema de costos por órdenes de producción para la empresa Grupo Destaka tu Marca SAS, se ha recurrido a dos aspectos metodológicos, los cuales facilitan el desarrollo del proyecto de la siguiente manera.

8.1 MÉTODO INDUCTIVO

La observación y análisis de cada uno de los procesos que la empresa desarrolla permitirán postular hipótesis para solucionar el problema planteado, así como también establecer políticas que permitan controlar el proceso productivo.

8.2 MÉTODO DEDUCTIVO

La aplicación de las diferentes teorías y principios del costeo son de vital importancia, puesto que nos permitirán realizar los respectivos ajustes en el proceso de costeo en cada una de las etapas de la cadena productiva, con el fin de volverlos más eficientes, para lo cual se toma como referencia el enfoque de Charles Horngren [25], quien establece siete pasos, de los cuales se aplicarán los siguientes así:

- Identificar el objeto del costo elegido.
- Identificar los costos directos del trabajo.

[25] HORNGREN, Charles T. FOSTER, George.DATAR, Srikant M. Contabilidad de costos. Un enfoque gerencial. Pearson Educación. México, 2002.

- Seleccionar las bases de asignación del costo a utilizar para prorratear los costos indirectos al trabajo.
- Identificar los costos indirectos relacionados con cada base de asignación del costo.
- Calcular los costos indirectos prorrateados al trabajo.
- Calcular el costo total del trabajo al sumar todos los costos directos e indirectos prorrateados a él.

8.3 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La técnica de recolección de información que se utilizará, será la entrevista estructurada, se contacta con la persona que posee la información, en primer momento el Gerente de la compañía, realizando algunas preguntas específicas relacionadas con el tema, recogiendo la información exacta para procesarla y obtener buenos elementos para continuar con el avance del proyecto.

También se utilizó la entrevista semi - estructurada, realizando preguntas específicas relacionadas con el tema, además se argumentaron las respuestas, para ampliar la información de manera más clara. Y poco a poco se fue convirtiendo en un conversatorio, extrayendo la información más esencial para tomarla en consideración.

8.3.1 Información primaria

Hace referencia a las personas involucradas directamente en el proceso productivo, se estableció contacto directo con esas personas para conocer su percepción al respecto, entre estas personas está el Gerente, encargado de realizar las cotizaciones y apoyar en la planeación y dirección del proceso

productivo, el Jefe de Producción, quien es el responsable de que cada proyecto se lleve a cabo de la manera y en el tiempo pactado y los auxiliares de producción quienes convierten la materia prima en producto terminado.

Algunas de las experiencias compartidas con los miembros de la empresa, y que fueron base para iniciar el proyecto, son detalladas a continuación, son algunos fragmentos de la primera reunión con el señor Gerente Alexander Cortez Prieto.

- ¿Cómo inicio la empresa y desde cuándo está en funcionamiento?

"En el año más o menos en 2003, fue un proceso de emprendimiento con mi esposa Olga Lucia, y para graduarnos como administradores de la Universidad del Valle tomamos la modalidad de práctica empresarial. Con mi experiencia en el área de publicidad y con la experiencia en el área comercial de mi esposa, se unieron los conocimientos, y descubrimos que teníamos un gusto similar por el diseño y el BTL, y con mucha pasión decidimos hacer la apuesta por generar soluciones en ambientación de espacios interiores. Empezamos sin capital, yo me retiré de mi cargo de publicista y Olga era nuestra fuente de sostenimiento. Desde la casa con un computador, hacíamos mucha tercerización, la labor comercial se hacía en el día, y de noche era el proceso de diseño en los programas especiales y su envío por e-mail, debido a la poca tecnología, nos conectábamos vía teléfono fijo y al otro día en las mañana se continuaba con la gestión comercial y visita de clientes. No fue un proceso sencillo, no es que uno simplemente el viernes se retiró de trabajar y el lunes comienza a vender, sino que hay que tocar muchas puertas, la gestión comercial por ejemplo consume muchos recursos, no se podían hacer visitas a las empresas de Yumbo, porque eso implicaba mucho gasto y tiempo, entonces lo que comencé a hacer fue trabajar en el área circundante donde estábamos en ese momento, comencé a llevar ofertas escritas y ciertas

empresas comenzaron a tener interés en el ofrecimiento y comenzó a generarse ese trabajo comercial.

Otro escollo a superar fue generar confianza en los proveedores, porque cuando tu estas con el respaldo de una empresa, te dicen yo te mando a crédito no hay problema, pero cuando les dices que me retire de esa empresa y estoy trabajando solo, entonces ya lo piensan dos veces porque no hay respaldo y en ese momento dudan y piden mucho papeleo".

- Para entender con mayor claridad, ¿qué es publicidad?

"La publicidad tiene que ver con el mensaje de tratar de venderle la idea a una persona de que tome la decisión de compra finalmente por una marca, en últimas es eso. Es más una situación, más de sentimiento que de algo lógico. Aunque últimamente ya se ha trabajado en el tema de neuro-marketing, que son todos esos estudios que están tratando de ubicar o de individualizar cuales son los procesos que se llevan a cabo en el comportamiento del consumidor, para poder hacer estrategias más efectivas".

8.3.2 Información secundaria

Se contactó el resto del personal de otras áreas distintas a producción para conocer cómo inciden en el problema o cómo ellos mismos lo perciben. Con la información obtenida se procede a consultar textos que traten el tema de costos y de publicidad, como son tesis, artículos de revistas y libros, para consolidar de una mejor manera el desarrollo de nuestros objetivos en el presente trabajo.

El acercamiento con los demás funcionarios fue de tipo conversatorio donde nos contaban sus funciones y algunos inconvenientes que se les presentaban en su

labor, lo cual fue utilizado para realizar sugerencias de mejoramiento. Igualmente para agregar otras de nuestras sugerencias, fue muy provechosa la observación de algunos procesos y procedimientos de la compañía, así como también su organización física.

Uno de los textos que sirvió como base en el tema de publicidad fue en la *Revista P&M*, en artículos del señor Cristian Vergara Vargas y en el área contable fue muy importante la temática que trata el libro *Contabilidad de Costos* de Gonzalo Sinisterra. Además algunas tesis de grado que desarrollaban sistemas de costos en otros tipos de empresa o utilizando el otro sistema conocido como Costeo Basado en Actividades (ABC).

9. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN APLICADO

Para el desarrollo de los objetivos propuestos se toma cada uno de los 10 productos seleccionados, se hace el estudio del proceso de producción y se plantea una propuesta que permita a la compañía realizar la asignación de costos de una mejor manera. A continuación se desarrollará el cumplimiento de los objetivos planteados en el presente proyecto.

9.1. PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL SISTEMA DE COSTEO

Para dar inicio al desarrollo de la propuesta se seleccionaron 10 líneas dentro de todos los productos, los cuales fueron elegidos en conjunto con la gerencia de la empresa, teniendo en cuenta la participación en ventas, la cantidad producida según datos del año 2012 y las necesidades propias de los directivos.

El diseño del sistema de costos por órdenes de producción, aplicando la metodología de costeo tradicional propuesto para la empresa Grupo Destaka tu Marca SAS, se realiza mediante la revisión del manejo que se le da a cada elemento del costo de producción y proponiendo algunos ajustes que faciliten la determinación de los costos.

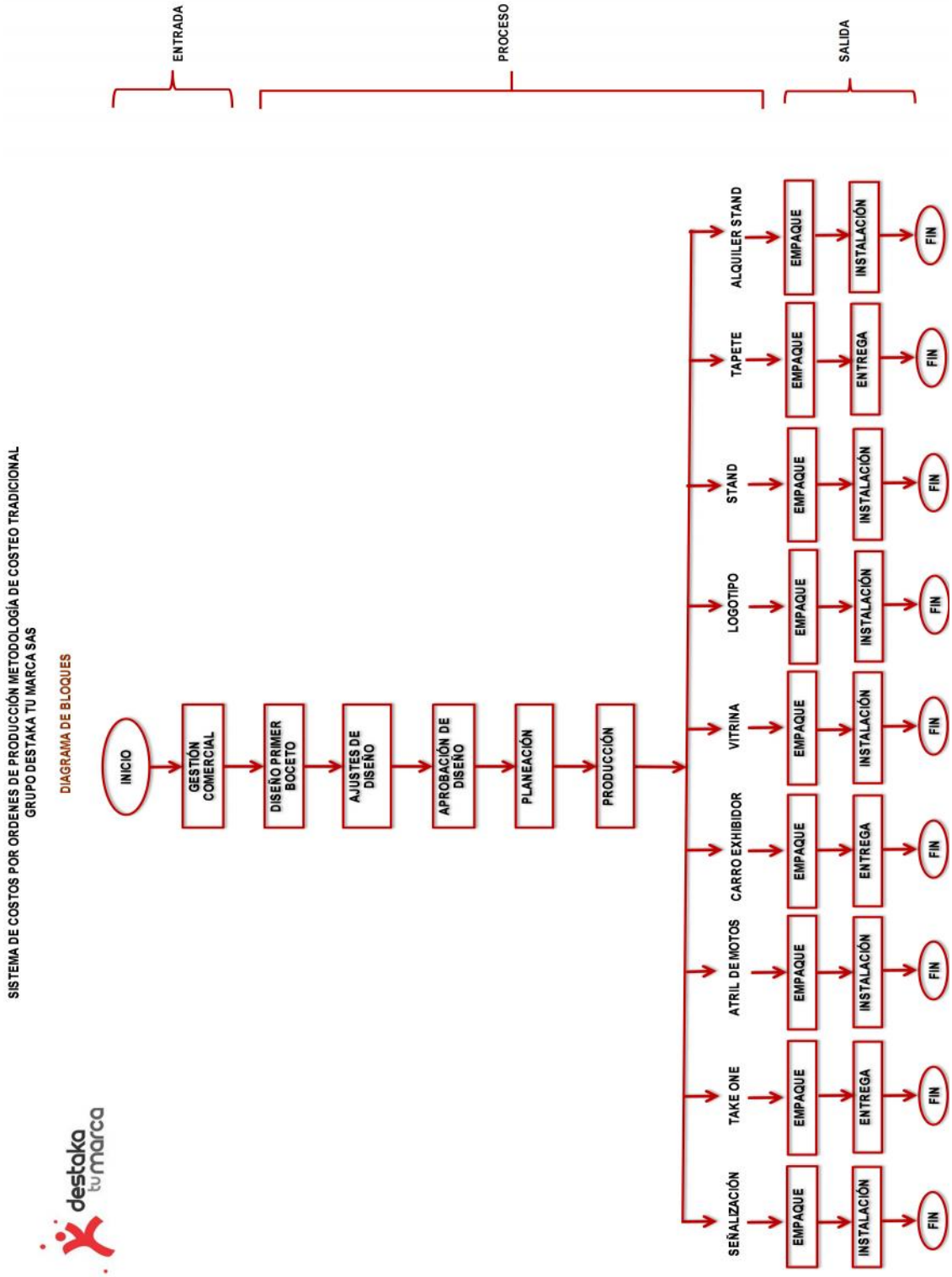
Para conocer el paso a paso del proceso de cada producto se realizan diagramas de bloques y diagramas de procesos.

En primer lugar están los diagramas de bloques, el Diagrama 1 para productos y el Diagrama 2 para el servicio de diseño de artes, en los cuales se visualizan los procesos a nivel general. Allí se muestra el flujo de la información del sistema de producción, en donde la entrada de datos hace referencia a la gestión comercial,

que es la parte en donde el cliente hace el requerimiento de acuerdo a su necesidad. El procesamiento de datos abarca desde la etapa de diseño hasta la fabricación del producto, para el diseño de artes sólo aplicaría la etapa de diseño. Por último la salida de información corresponde a la entrega del producto de acuerdo con las especificaciones del cliente.

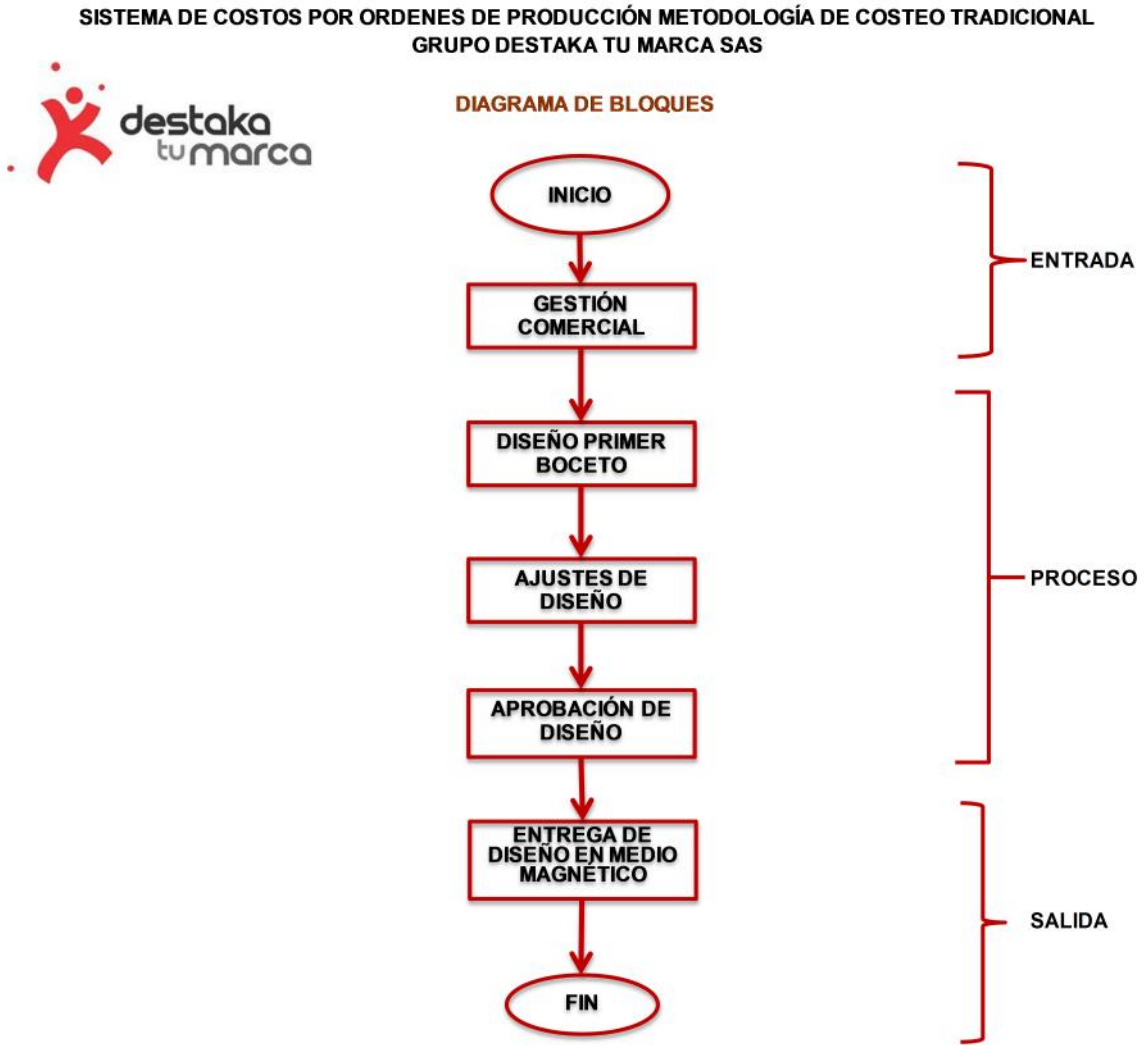
En segundo lugar están los diagramas de procesos los cuales se dividen en dos; uno para la gestión comercial (Diagrama 3), proceso que se repite en cada producto, en este diagrama se visualiza el proceso desde el requerimiento del cliente hasta la elaboración de la orden de producción; y otro para el proceso productivo de cada producto (Diagramas del 4 al 13), en donde se muestra el flujo de este proceso más detallado con cada uno de los responsables.

Diagrama 1. Diagrama de bloques por productos



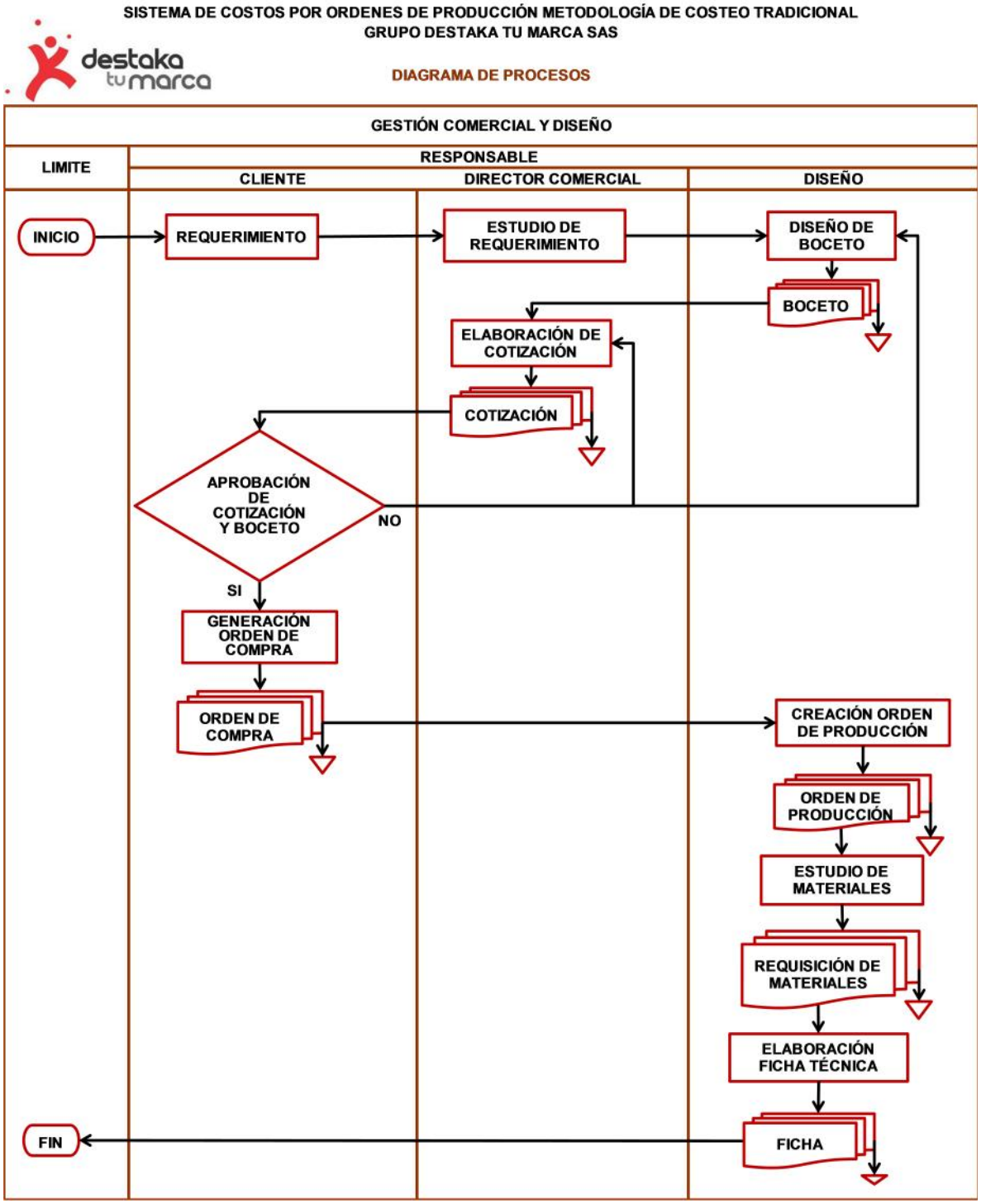
Fuente: elaboración propia

Diagrama 2. Diagrama de bloques diseño de artes



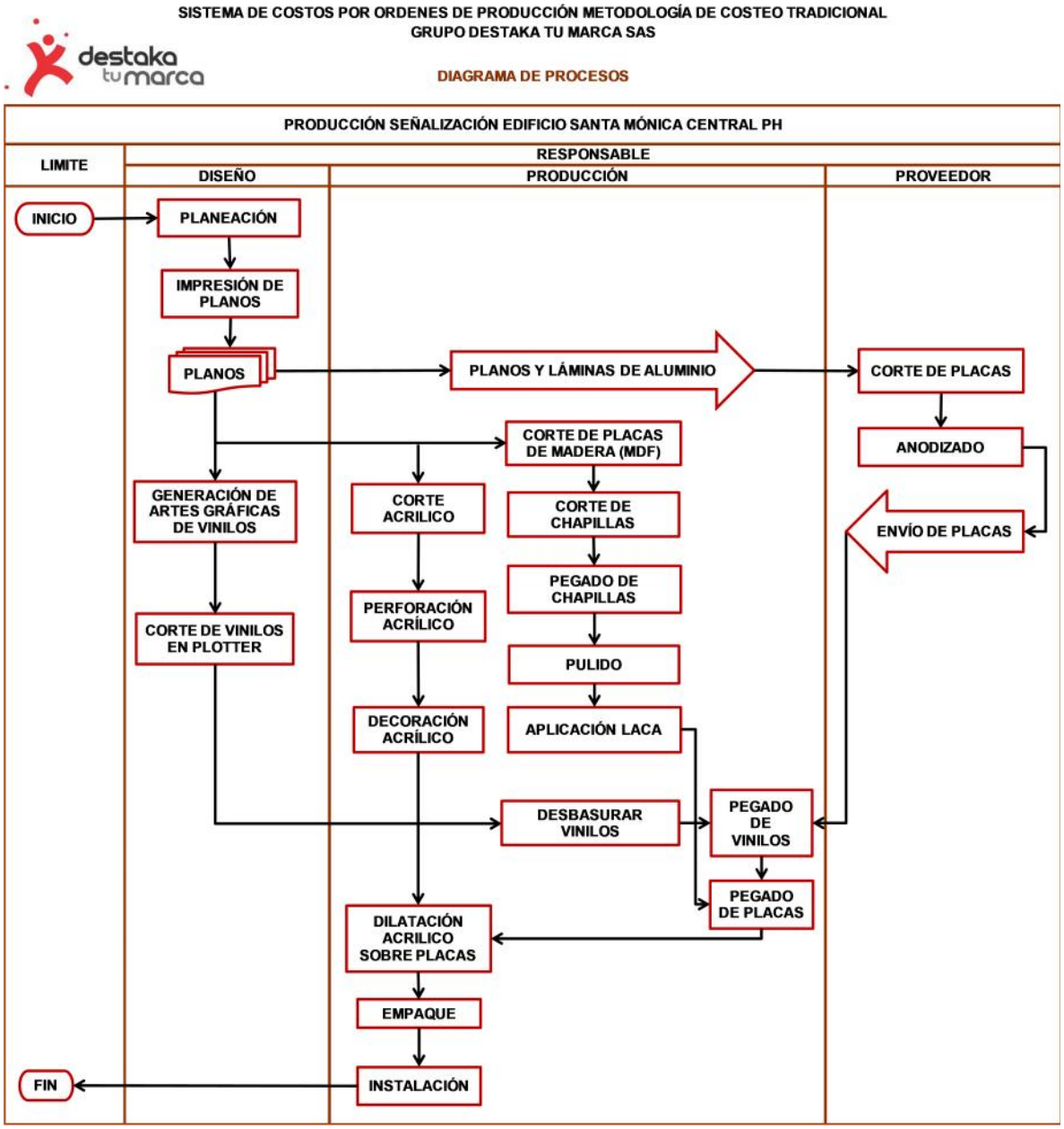
Fuente: elaboración propia

Diagrama 3. Diagrama de procesos gestión comercial y diseño



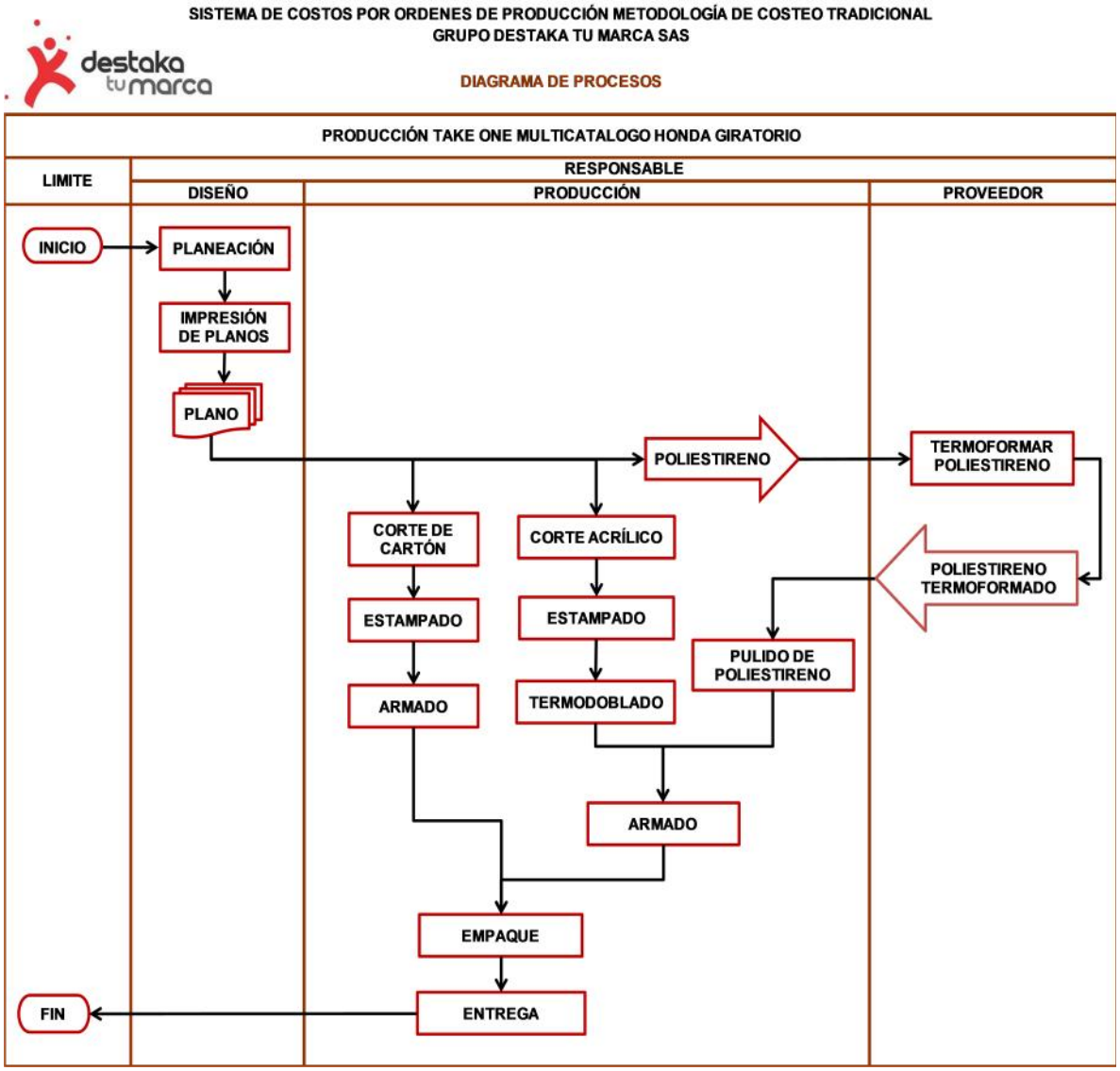
Fuente: elaboración propia

Diagrama 4. Diagrama de procesos producción señalización Edificio Santa Mónica Central PH



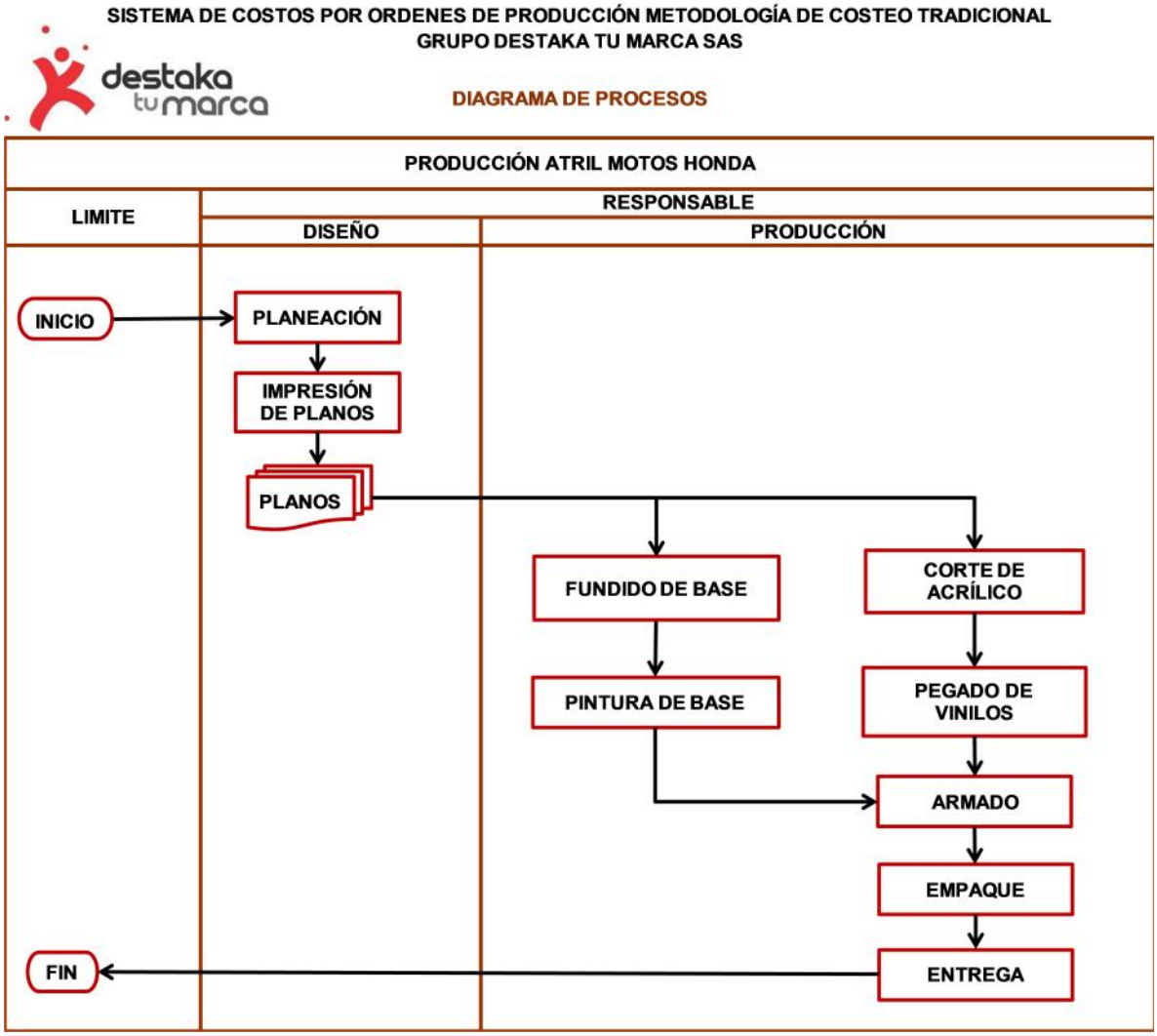
Fuente: elaboración propia

Diagrama 5. Diagrama de procesos producción take one multicatálogo Honda giratorio



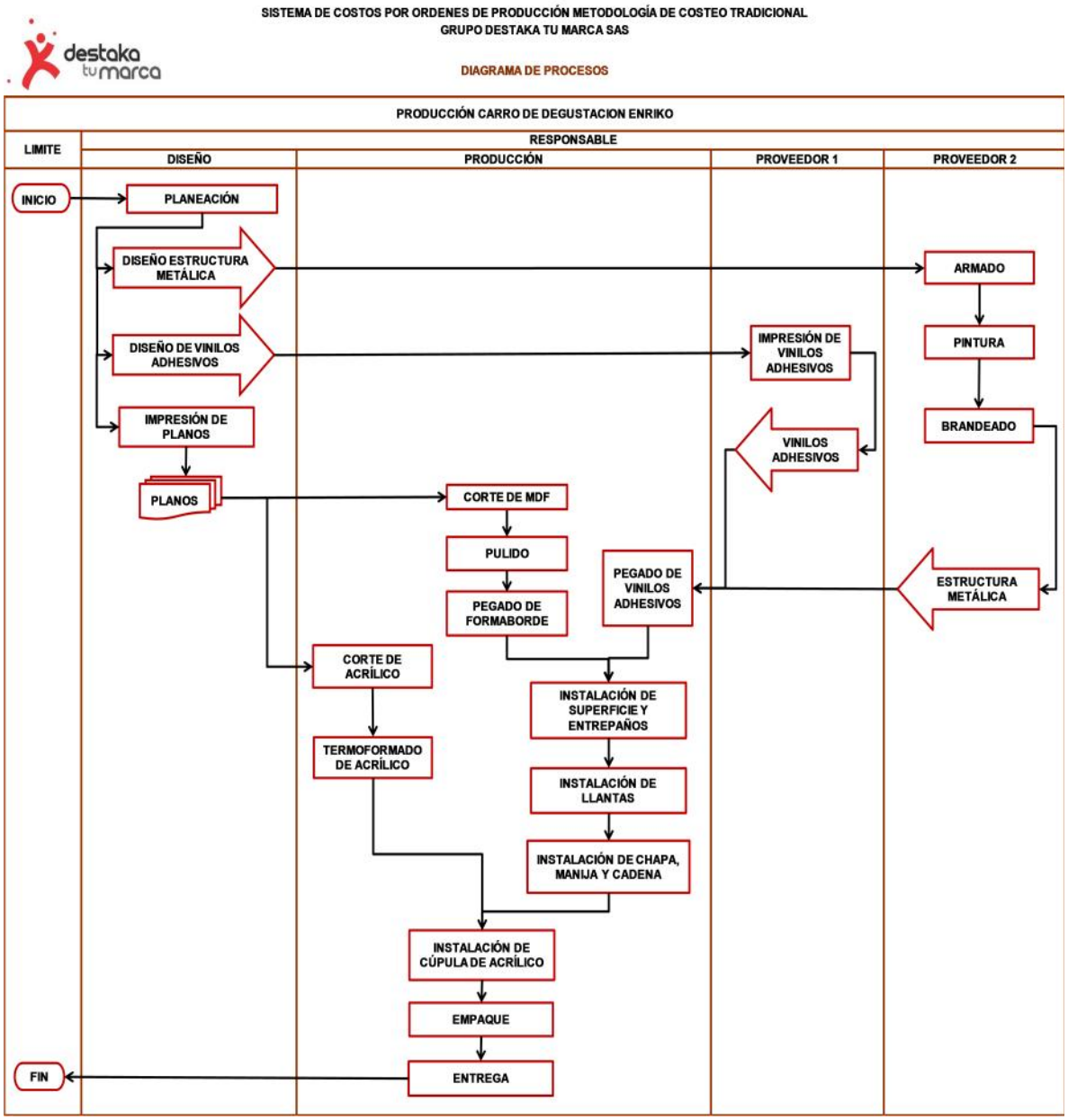
Fuente: elaboración propia

Diagrama 6. Diagrama de procesos producción atril motos Honda



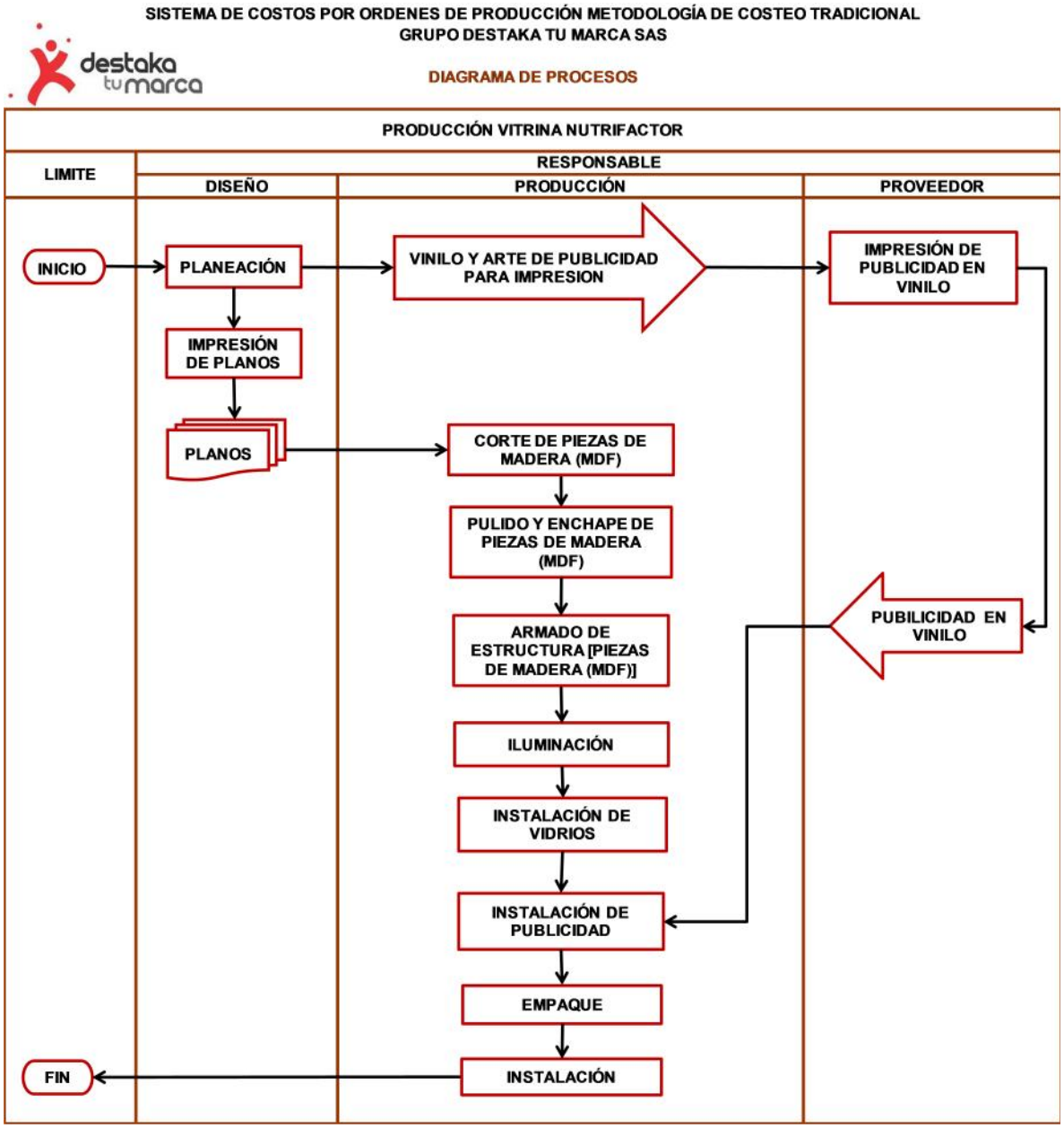
Fuente: elaboración propia

Diagrama 7. Diagrama de procesos producción carro de degustación Enriko



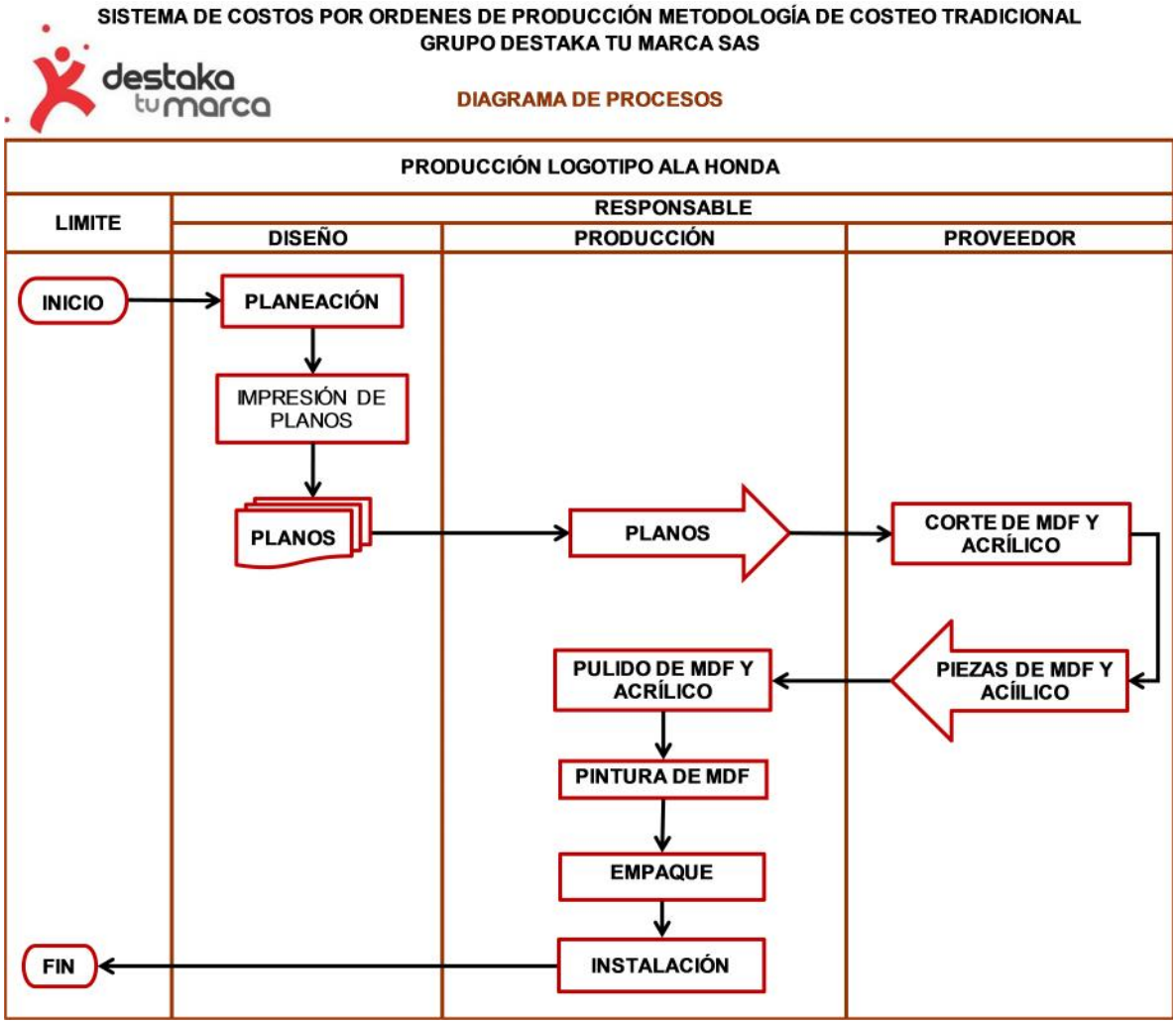
Fuente: elaboración propia

Diagrama 8. Diagrama de procesos producción vitrina Nutrifactor



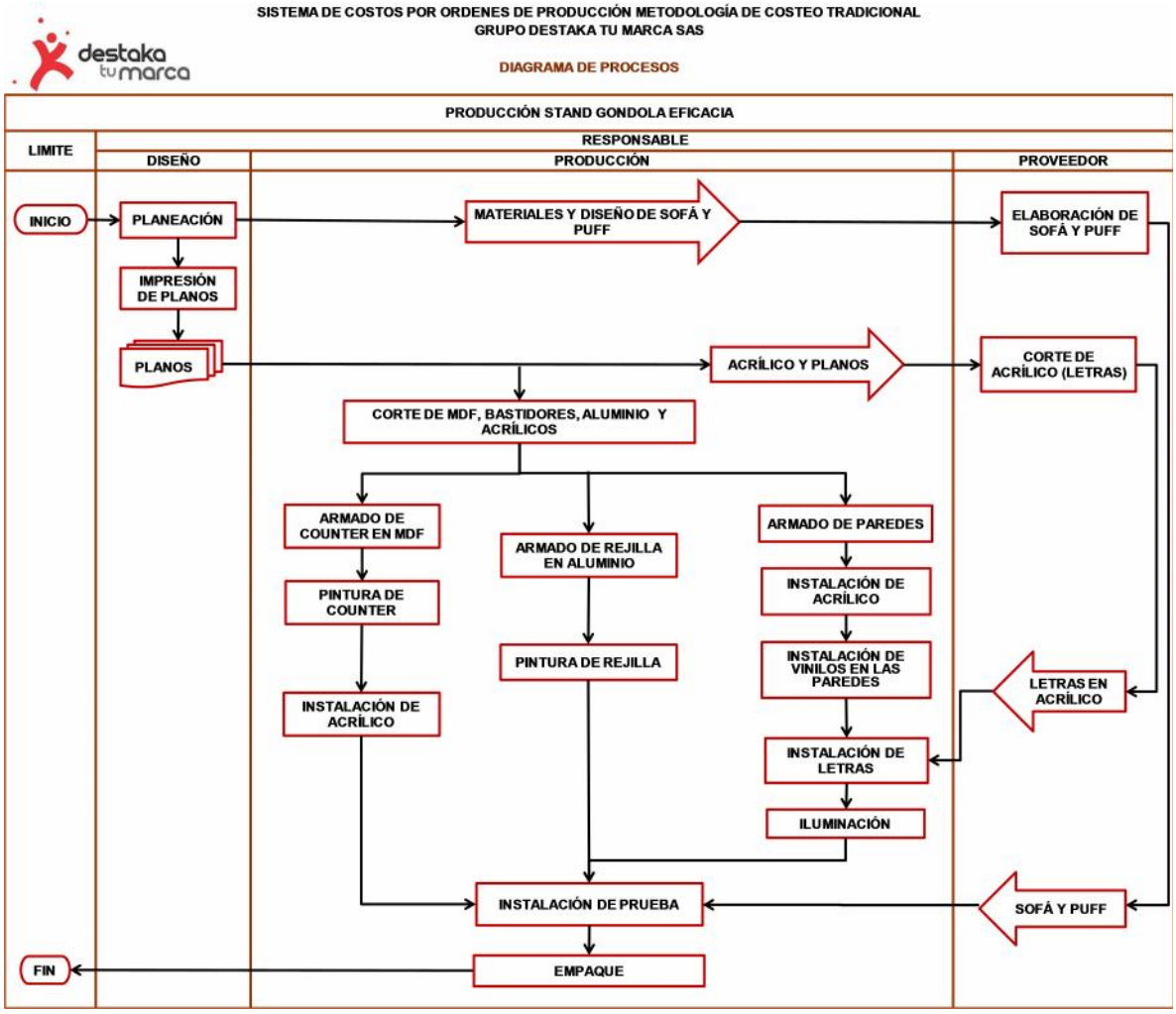
Fuente: elaboración propia

Diagrama 9. Diagrama de procesos logotipo ala Honda



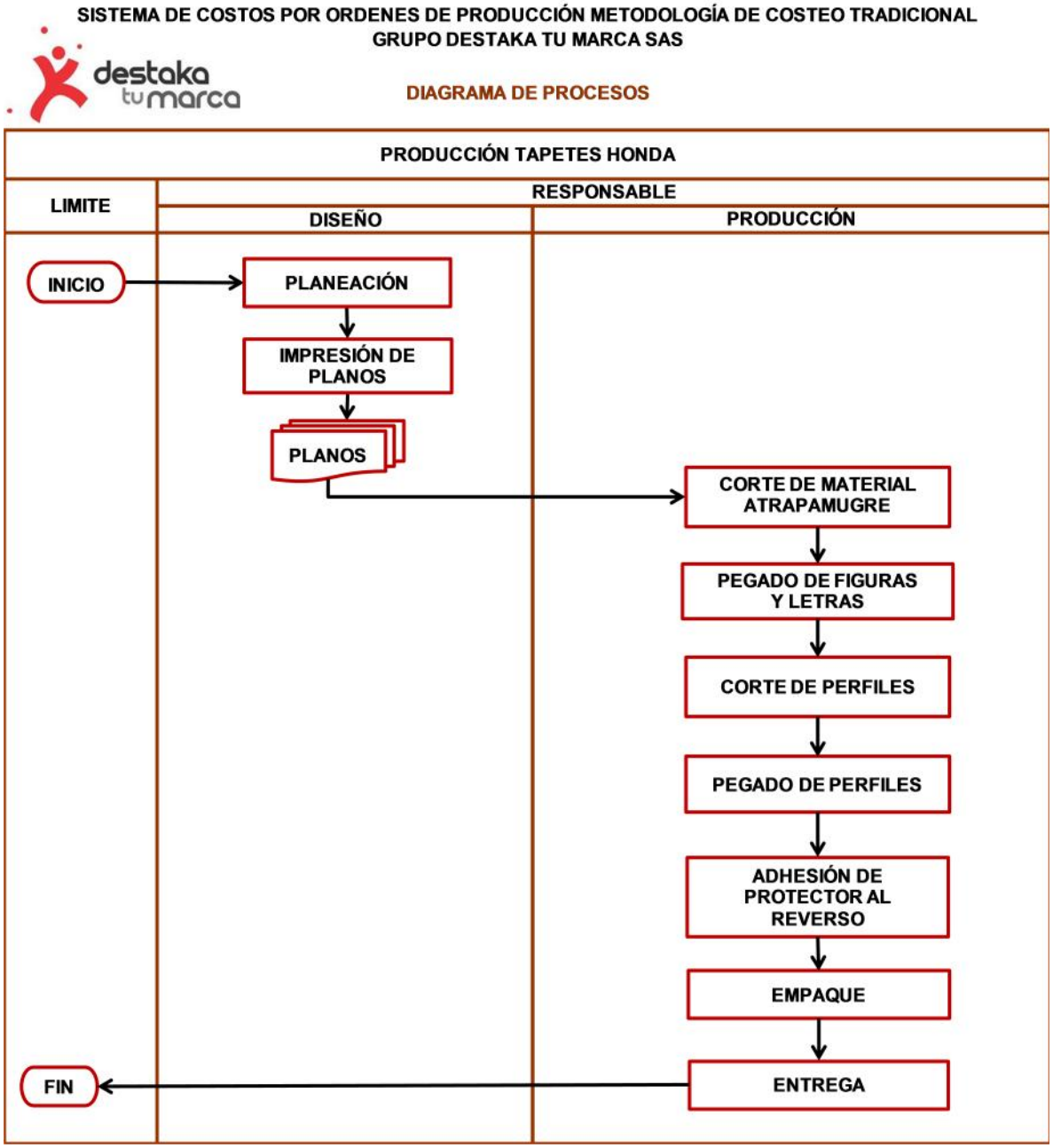
Fuente: elaboración propia

Diagrama 10. Diagrama de procesos producción góndola Eficacia



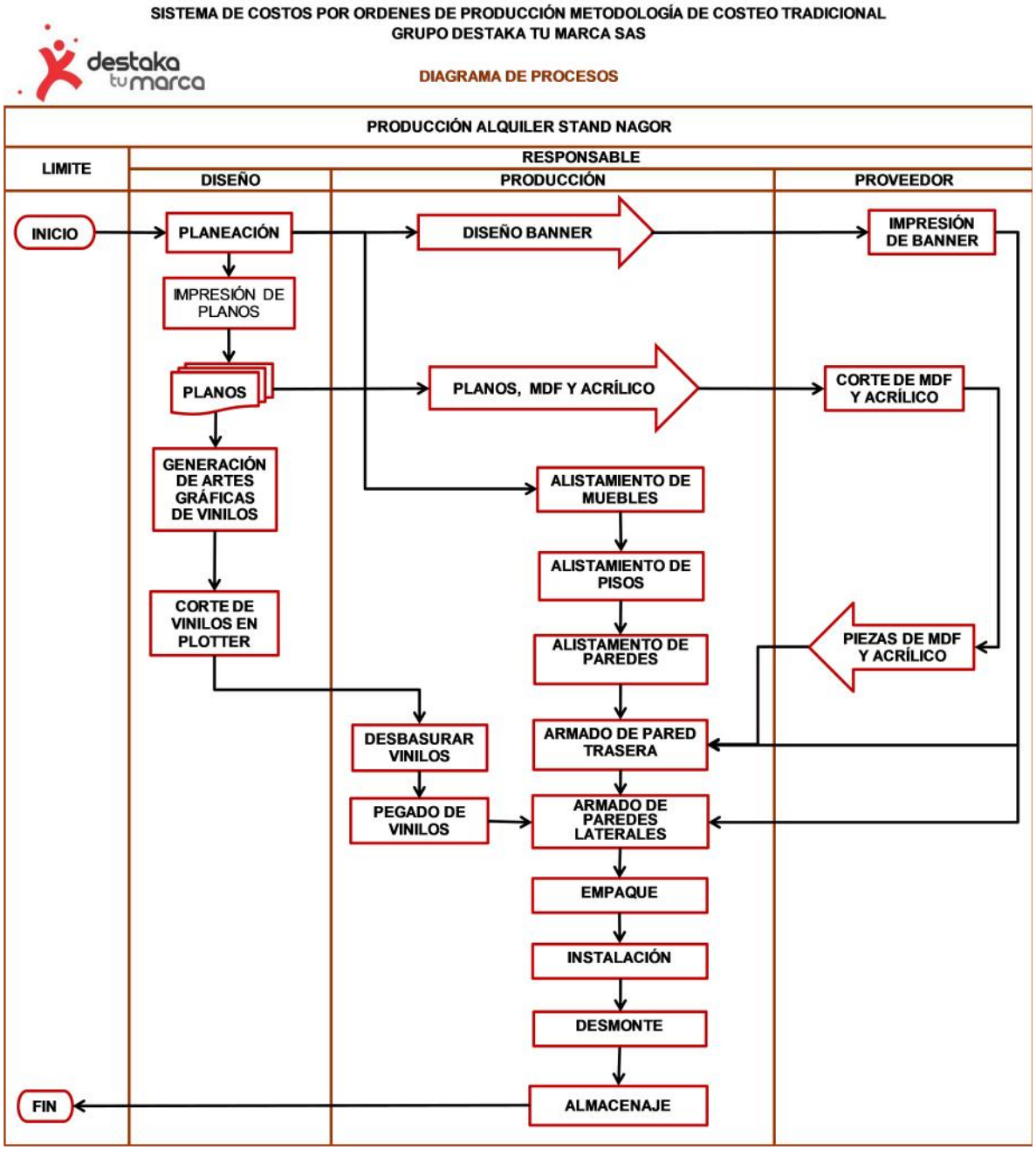
Fuente: elaboración propia

Diagrama 11. Diagrama de procesos producción tapetes Honda



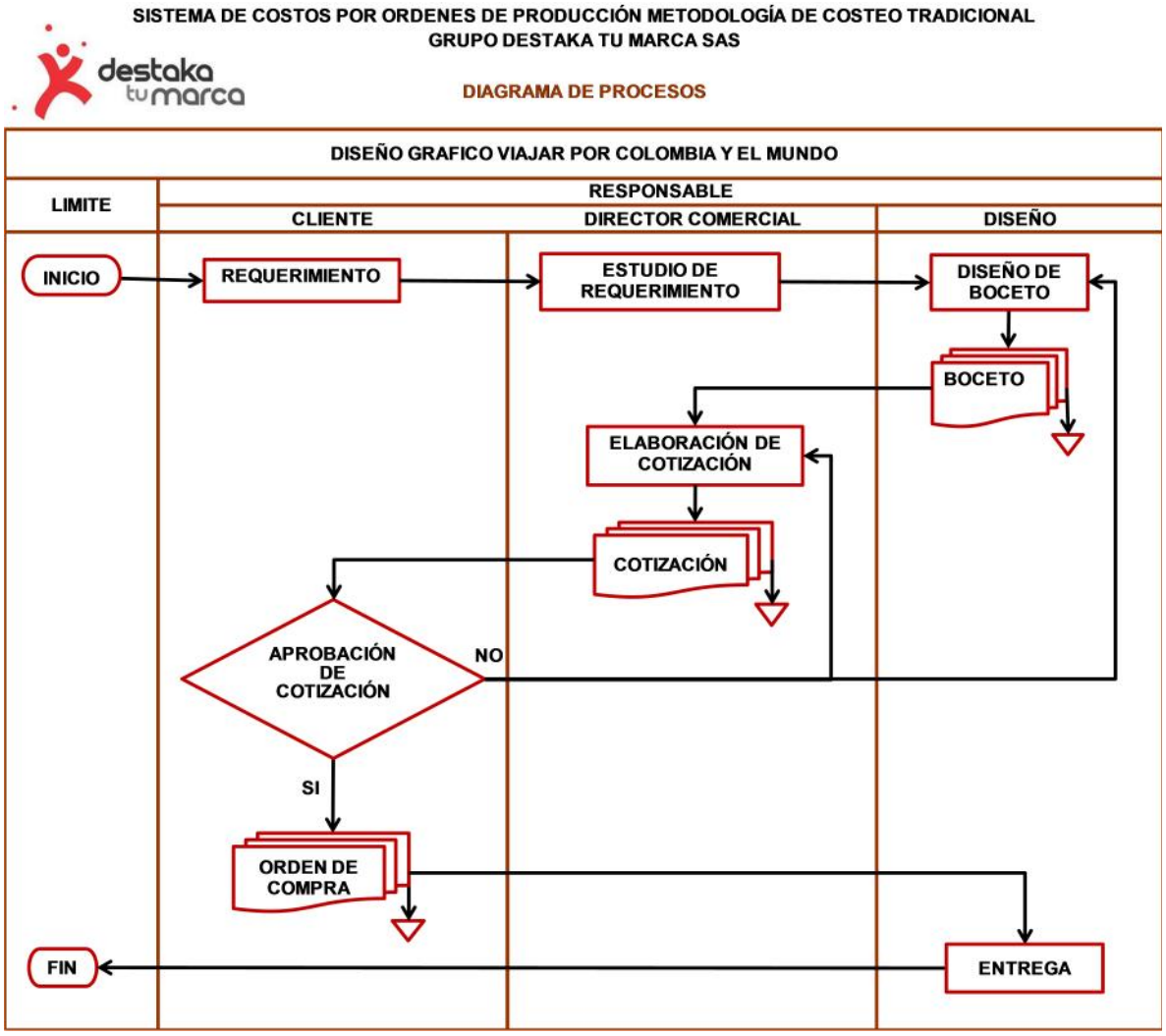
Fuente: elaboración propia

Diagrama 12. Diagrama de procesos producción alquiler stand Nagor



Fuente: elaboración propia

Diagrama 13. Diagrama de procesos diseño gráfico Viajar por Colombia y el mundo



Fuente: elaboración propia

Teniendo en cuenta los anteriores diagramas a continuación se especifica de manera detallada cada proceso.

9.1.1 Gestión comercial

Todo inicia con la gestión comercial; el contacto con el posible cliente, da inicio a una posible negociación donde juegan la calidad en la atención, el presupuesto del cliente y la cotización de un producto o servicio adecuado a las necesidades y requerimientos.

9.1.2 Inicio de la orden de producción

Una vez aprobada la cotización el cliente genera una orden de compra la cual es enviada físicamente o a través de medios electrónicos, el departamento Comercial informa al Departamento de Diseño para que dé origen a la Orden de Producción (OP), en donde se especifica cada detalle del proyecto a producir, su contenido se amplía en el formato 1.

Formato 1. Orden de producción

GRUPO DESTAKA TU MARCA SAS

GRUPO destaka Juntos con tu Marca

ORDEN DE PRODUCCIÓN

CENTRO DE COSTOS	FECHA INICIO
Señalización / Arquitec	15/01/2013
N° OP	**CARÁCTER**
203	Venta ■ Alquiler □

CLIENTE	DETALLE DE LA ORDEN DE PRODUCCIÓN	CIUDAD
Edificio Santa Mónica Central P.H	Señalización placa oficina 305 Movilizamos en Salud	Cali

CONTACTO:	N° TELEFÓNICO:	E-MAIL:

JEFE DEL PROYECTO	DISEÑADOR (ES)	FUNCIONARIO (S) ENCARGADO (S)	FECHA DE ENTREGA
Alexander Cortez	Sergio Sánchez	Luis Delgado	18/01/2013

-Placa base de mdf 9 mm tamaño 60x40 cm enchapada con chapilla según muestra.

-Placa de aluminio anodizado de 32x52 cm, en caso los acabados del anodizado no sean buenos, pintarla de spray de aluminio.

-Placa de acrílico cristal 2 mm de 40x38 cm sujeta con dilatadores según muestra. Los agujeros en el acrílico se hacen tomando como base los yá existentes en el aluminio.

DECORACIÓN DE VINILOS SOBRE ALUMINIO

1. Texto en vinilo negro con el número de la oficina, tamaño 15,2x6 cm. Centrado en los 14x36 cm de aluminio disponible.

2. Logo en esmerilado correspondiente al edificio, ubicado en el extremo inferior derecho en esmerilado, tamaño 18,6x27 cm.

DECORACIÓN DE IMPRESIÓN SOBRE ACRÍLICO

1. Impresión refilada decorada en normal, centrada en el acrílico. Tamaño 30x20 cm.

NOTA: La chapilla, el spray, los dilatadores y el modo de instalación se confirman con la persona encargada del almacén (Elizabeth Meneses).

ELABORADO POR: APROBADO POR:

Fuente: departamento de diseño Grupo Destaka tu Marca SAS

Además del documento OP, el Departamento de Diseño también desarrolla la Ficha Técnica del proyecto donde se especifican las medidas, colores y demás detalles técnicos del proyecto.

Formato 2. Ficha técnica

GRUPO DESTAKA TU MARCA SAS

FICHA TÉCNICA

DETALLE DE LA ORDEN DE PRODUCCIÓN	CLIENTE	N° OP
Señalización placa oficina 305 Movilizamos en Salud	Edificio Santa Mónica Central P.H	203

DISEÑADO POR: APROBADO POR:

Fuente: departamento de diseño Grupo Destaka tu Marca SAS

Ambos documentos son entregados al Área de Producción para iniciar el proceso productivo del proyecto, según los diagramas de flujo de cada uno de los productos seleccionados (ver diagramas 1 al 13).

La Gerencia y el Departamento de Diseño realizan la planeación del proyecto en cuanto a tiempos de desarrollo, insumos, materiales y maquila utilizada (servicios subcontratados).

9.1.3 Compras y gestión de inventarios

Una vez establecidos los insumos, materia prima y herramientas requeridas para cada proyecto, se verifica con el Almacén la existencia de este tipo de materiales, y para aquellos que no tienen existencia en inventario se realiza el proceso de compra, teniendo en cuenta los presupuestos, tiempos de entrega, calidad óptima, y sobre todo el aspecto financiero, ya que en ocasiones pueden verse casos en donde la compañía retiene inventarios que no usa, perdiendo liquidez al haberlos comprado.

Para contabilizar la compra de materia prima y materiales indirectos, se registra en el débito (DB) o crédito (CR), de la siguiente manera:

140505 Materia Prima (DB)
145505 Materiales, repuestos y accesorios (DB)
220505 Proveedores (CR)

9.1.4 Manejo del Kárdex (entrada)

Luego de ordenar la compra de materiales al proveedor, éste realiza la entrega de la mercancía en la empresa con remisión o factura, la persona encargada de recibirla es el almacenista, quien con base en la Orden de Compra, revisa el estado de la mercancía (control de calidad), cantidades requeridas, medidas, etc. Posteriormente realiza el registro de entrada en el Kárdex (formato 3) el cual se maneja en un documento de Excel, una vez registrada la entrada entrega la remisión y/o factura al Departamento de Contabilidad, para registrarla en el software contable y realizar la programación del pago. Debido a que la persona almacenista se encuentra en capacitaciones sobre el tema de contabilidad y el software contable, próximamente este documento en Excel dejará de utilizarse y

directamente desde el Almacén se afectará el Kárdex del software de la compañía, para evitar una doble labor.

Formato 3. Kárdex

GRUPO DESTAKA TU MARCA SAS - DESTAKA SAS

KÁRDEX

CINTA DOBLE FAZ ESPUMA DE 1"

FECHA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNIDAD	ENTRADA		SALIDA		SALDO		OP	DCTO.
			PESO Gr.	VALORES	PESO Gr.	VALORES	PESO Gr.	VALORES		
	Gr.									
SALDO EXISTENTE							-	$ -		

Fuente: departamento de contabilidad Grupo Destaka tu Marca SAS

En el registro de Kárdex, se deben llenar los espacios respectivos de manera horizontal cuando ingresa o sale del Almacén cualquier material, se inicia colocando la fecha del evento, el costo unitario y cantidades del producto entrada o salida (dependiendo de la unidad de medida del mismo, puede ser unidades, metros, galones, mililitros, gramos o kilogramos), con el valor del mismo, arrojando el saldo del artículo en valores y en cantidades.

El método de valuación de inventario que utiliza el software es el de Costo Promedio, donde se calcula el costo promedio unitario de los artículos.

El sistema de inventario que utiliza la empresa es el sistema permanente, ya que eficazmente lleva el control de la materia prima, se lleva actualizado el saldo de los inventarios arrojando la existencia real, así mismo facilita la generación de estados financieros, sin esperar a la finalización del período.

9.1.5 Manejo del Kárdex (salida)

Durante el transcurso de la producción cada funcionario de producción deberá diligenciar el formato de “Requisición de materiales y suministros” (Formato 4) para hacer solicitud al Almacén de los insumos que requiere en el desarrollo del proyecto; con este formato el almacenista dispondrá del sistema trasladando la materia prima y otros materiales a la producción según cada OP.

Formato 4. Requisición de materiales y suministros

GRUPO DESTAKA TU MARCA SAS - DESTAKA SAS

REQUISICIÓN DE MATERIALES Y SUMINISTROS

No.

Fecha: _____

OP	DETALLE DEL MATERIAL	CANTIDAD REQUERIDA	CONSUMO DE MATERIAL	SALDO DE MATERIAL

Solicitado por: Funcionario _____ Autorizado por: _____

Proveedor _____

Fuente: departamento de contabilidad Grupo Destaka tu Marca SAS

El valor que arroje como consumo final de materia prima se carga a la OP contabilizando las siguientes cuentas:

OP 203

141005 Producto en Proceso (DB)

140505 Materia Prima (CR)

Y los CIF sin OP asignada tienen el siguiente tratamiento:

730105 Costos Indirectos (DB)

145505 Materiales, repuestos y accesorios (CR)

9.1.6 Distribución de costos de mano de obra directa

Para llevar el control de la Mano de Obra Directa (MOD), cada funcionario auxiliar de producción así como los del área de Diseño, deberán diligenciar diariamente el formato de "Distribución de Horas Nómina por OP" (Formato 5), donde se especifica en cual OP invirtieron su tiempo durante la jornada diaria de 8 horas o más si es el caso, y diariamente entregarán esta información al Departamento de Contabilidad para que se trasladen esos costos a cada OP; para conocer cuánto cuesta una hora de cada funcionario, se deben incluir todos los montos considerados como constitutivos de salario mensuales, más las obligaciones derivadas de nómina mensuales y dividirlo entre 240 horas (horas mensuales), así arroja el valor por hora, tomando el Salario Mínimo Mensual Legal Vigente del año 2013 sería así:

Cuadro 3. Obligaciones derivadas de la nómina año 2013

Descripción	Porcentaje	Valor
Sueldo		$ 589,500
Auxilio de transporte		$ 70,500
Salario Base		$ 660,000
Cesantías	8.33%	$ 55,000
Intereses sobre cesantías	1.00%	$ 6,600
Prima	8.33%	$ 55,000
Vacaciones	4.17%	$ 24,562
Aporte a Salud	7.00%	$ 41,265
Aporte a Pensión	12.00%	$ 70,740
ARL Nivel Riesgo 5	6.96%	$ 41,029
Total Costo Mensual		**$ 954,196**
Total Costo Hora		**$ 3,976**

Fuente: elaboración propia basado en legislación colombiana vigente

Esto nos muestra que una persona que devenga un SMMLV, más el correspondiente Auxilio de Transporte, en realidad cuesta para la compañía mensualmente $954.196, los cuales deben cargarse en su totalidad a cada OP en donde el funcionario estuvo invirtiendo su fuerza laboral. El costo de la mano de obra por hora para la nómina de planta de la empresa se relaciona en el cuadro 4.

Estos costos serán mensualmente contabilizados en el sistema de la siguiente manera, en el débito (DB) o crédito (CR), y en la cuenta 72 para la MOD y en la cuenta 73 para la MOI, según sea el caso:

720506 Sueldo (DB)
720527 Auxilio de transporte (DB)
250505 Salarios por pagar (CR)

720530 Cesantías (DB)
720533 Intereses sobre cesantías (DB)
720536 Prima de servicios (DB)
720539 Vacaciones (DB)
261005 Cesantías (CR)
261010 Intereses sobre cesantías (CR)
261015 Vacaciones (CR)
261020 Prima de servicios (CR)

720569 Aporte a entidades promotoras de salud (DB)
720568 Aportes a administradora de riesgos laborales (DB)
720570 Aportes a administradoras de fondos de pensiones (DB)
237005 Aportes al ISS (CR)
237006 Aportes a administradora de riesgos laborales (CR)
238030 Fondos de cesantías y/o pensiones (CR)

730506 Sueldo (DB)

730527 Auxilio de transporte (DB)

250505 Salarios por pagar (CR)

730530 Cesantías (DB)

730533 Intereses sobre cesantías (DB)

730536 Prima de servicios (DB)

730539 Vacaciones (DB)

261005 Cesantías (CR)

261010 Intereses sobre cesantías (CR)

261015 Vacaciones (CR)

261020 Prima de servicios (CR)

730569 Aporte a entidades promotoras de salud (DB)

730568 Aportes a administradora de riesgos laborales (DB)

730570 Aportes a administradoras de fondos de pensiones (DB)

237005 Aportes al ISS (CR)

237006 Aportes a administradora de riesgos laborales (CR)

238030 Fondos de cesantías y/o pensiones (CR)

Cuadro 4. Nómina Grupo Destaka tu Marca SAS

NOMINA GRUPO DESTAKA TU MARCA SAS

Año 2013

Cargo	Valores Devengados			Aportes Seguridad Social			Prestaciones Sociales				Total costo trabajador	Salario día	Salario hora	Salario minuto
	Salario	Auxilio de transporte	Otros, auxilio no constitutivo de salario	ARL	Salud	Pensión	Cesantías	Intereses de cesantías	Prima	Vacaciones				
Gerente general	1.200.000	0	0	6.240	84.000	144.000	100.000	12.000	100.000	50.000	1.696.240	56.541	7.068	118
Auxiliar de producción 2	840.000	70.500	63.000	58.464	58.800	100.800	75.875	9.105	75.875	35.000	1.387.419	46.247	5.781	96
Asistente contable	700.000	70.500	80.000	3.640	49.000	84.000	64.208	7.705	64.208	29.167	1.152.428	38.414	4.802	80
Auxiliar de producción / Motorista	670.000	70.500	107.000	46.632	46.900	80.400	61.708	7.405	61.708	27.917	1.180.170	39.339	4.917	82
Auxiliar de producción 1	950.000	70.500	92.000	66.120	66.500	114.000	85.042	10.205	85.042	39.583	1.578.992	52.633	6.579	110
Auxiliar de producción	670.000	70.500	89.000	46.632	46.900	80.400	61.708	7.405	61.708	27.917	1.162.170	38.739	4.842	81
Almacenista	670.000	70.500	50.000	46.632	46.900	80.400	61.708	7.405	61.708	27.917	1.123.170	37.439	4.680	78
Diseñador industrial	850.000	70.500	20.000	4.420	59.500	102.000	76.708	9.205	76.708	35.417	1.304.458	43.482	5.435	91
Gerente comercial	589.500	70.500	0	3.065	41.265	70.740	55.000	6.600	55.000	24.563	916.233	30.541	3.818	64
Secretaria	442.125	70.500	20.000	2.299	30.949	53.055	42.719	5.126	42.719	18.422	727.913	24.264	3.033	51
Diseñador gráfico	825.000	70.500	0	4.290	57.750	99.000	74.625	8.955	74.625	34.375	1.249.120	41.637	5.205	87
Servicios generales	590.000	70.500	34.000	41.064	41.300	70.800	55.042	6.605	55.042	24.583	988.936	32.965	4.121	69
Auxiliar de producción	670.000	70.500	43.000	46.632	46.900	80.400	61.708	7.405	61.708	27.917	1.116.170	37.206	4.651	78
Total	**9.666.625**	**846.000**	**598.000**	**376.130**	**676.664**	**1.159.995**	**876.052**	**105.126**	**876.052**	**402.776**	**15.583.421**			

Año 2012

Cargo	Valores Devengados			Aportes Seguridad Social			Prestaciones Sociales				Total costo trabajador	Salario día	Salario hora	Salario minuto
	Salario	Auxilio de transporte	Otros, auxilio no constitutivo de salario	ARL	Salud	Pensión	Cesantías	Intereses de cesantías	Prima	Vacaciones				
Gerente general	1.200.000	0	0	6.240	84.000	144.000	100.000	12.000	100.000	50.000	1.696.240	56.541	7.068	118
Auxiliar de producción 2	800.000	67.800	63.000	55.680	56.000	96.000	72.317	8.678	72.317	33.333	1.325.125	44.171	5.521	92
Asistente contable	600.000	67.800	80.000	3.120	42.000	72.000	55.650	6.678	55.650	25.000	1.007.898	33.597	4.200	70
Auxiliar de producción / Motorista	640.000	67.800	107.000	44.544	44.800	76.800	58.983	7.078	58.983	26.667	1.132.655	37.755	4.719	79
Auxiliar de producción 1	800.000	67.800	92.000	55.680	56.000	96.000	72.317	8.678	72.317	33.333	1.354.125	45.137	5.642	94
Auxiliar de producción	640.000	67.800	89.000	44.544	44.800	76.800	58.983	7.078	58.983	26.667	1.114.655	37.155	4.644	77
Almacenista	580.000	67.800	130.000	40.368	40.600	69.600	53.983	6.478	53.983	24.167	1.066.979	35.566	4.446	74
Diseñador industrial	800.000	67.800	20.000	4.160	56.000	96.000	72.317	8.678	72.317	33.333	1.230.605	41.020	5.128	85
Gerente comercial	566.700	67.800	0	2.947	39.669	68.004	52.875	6.345	52.875	23.613	880.827	29.361	3.670	61
Secretaria	283.850	67.800	20.000	1.476	19.870	34.062	29.304	3.517	29.304	11.827	501.009	16.700	2.088	35
Diseñador gráfico	750.000	67.800	0	3.900	52.500	90.000	68.150	8.178	68.150	31.250	1.139.928	37.998	4.750	79
Servicios generales	566.700	67.800	34.000	39.442	39.669	68.004	52.875	6.345	52.875	23.613	951.323	31.711	3.964	66
Auxiliar de producción	540.000	67.800	43.000	37.584	37.800	64.800	50.650	6.078	50.650	22.500	920.862	30.695	3.837	64
Diseñador industrial 1	1.146.000	67.800	0	79.762	80.220	137.520	101.150	12.138	101.150	47.750	1.773.490	59.116	7.390	123
Total	**9.913.250**	**881.400**	**678.000**	**419.447**	**693.928**	**1.189.590**	**899.554**	**107.947**	**899.554**	**413.052**	**16.095.721**			

Fuente: Levantamiento y adecuación de autores

Formato 5. Distribución de horas nómina por Orden de Producción

GRUPO DESTAKA TU MARCA SAS - DESTAKA SAS
900.448.720-3

DISTRIBUCION DE HORAS NÓMINA POR OP

Funcionario		**Asignación MOD por OP**		
Día				
Hora (s)		**Total horas por OP**	OP	
OP			OP	
Hora (s)			OP	
OP			OP	
Hora (s)			OP	
OP		Valor Hora Ordinaria		
Hora (s)		Valor Hora Adicional Diurna		
OP		Valor Hora Adicional Nocturna		
Hora (s)		Valor Hora Festiva Diurna		
OP		Valor Hora Festiva Nocturna		
Tiempo improductivo		**Costo Mano de Obra por OP**	OP	
OP			OP	
Horas Adicional Diurnas			OP	
OP			OP	
Horas Adicional Noctur.			OP	
OP				
Horas Adicion. Festiv. D		**Resumen**		
OP		Costo Tiempo Improductivo		
Horas Adicion. Festiv. N		Costo Ordinario Día		
OP		Costo Horas Adicionales		
Total Horas		Costo Día Mano de Obra		

Fuente: elaboración propia

El valor que arroje esta mano de obra se carga a la OP contabilizando las siguientes cuentas:

OP 203

141005 Producto en Proceso (DB)

729595 Costo Mano de Obra Directa (CR)

730599 Costo Mano de Obra Indirecta (CR)

9.1.7 Asignación de otros costos a la producción

La empresa Grupo Destaka tu Marca SAS, registra erradamente todos sus costos de producción en la cuenta 72, cuando sólo se deberían registrar los correspondientes a mano de obra directa, los demás costos se contabilizarían en las cuentas 71 y 73, para materia prima y costos indirectos, respectivamente.

En los listados obtenidos de parte de la empresa, se evidencia que varios de estos costos causados corresponden a OP específicas y se pueden asociar fácilmente. El programa contable que manejan Siesa Pymes v5, permite asignar estos costos a cada OP y realiza el siguiente movimiento contable que se reafirma:

El registro de la adquisición de algún costo de producción para alguna OP, tendría el siguiente movimiento contable, se toman por ejemplo la adquisición de un servicio de transporte de mercancía, el cual sería así:

733550 Transportes, fletes y acarreos (DB)
233545 Transportes, fletes y acarreos (CR)

Luego cuando se requiera trasladar este costo a la producción de la OP para lo cual fue adquirido el servicio, se realiza el siguiente registro:

OP 203
141005 Producto en Proceso (DB)
733550 Transportes fletes y acarreos (CR)

De esta manera la cuenta auxiliar 733550 se acredita por su valor total, llevando al inventario este costo, asociado a la correspondiente OP. Lo mismo se hace con

los demás costos de producción incurridos que puedan asociarse a una OP, diferentes de mano de obra directa y materia prima directa.

Los valores de la cuenta 73 que no fueron trasladados, es decir aquellos que se adquirieron pero no se pueden establecer fácilmente a una OP, corresponden a los costos indirectos y permanecerán en esta cuenta sin acreditarse y se considerarán como CIF reales, que más adelante se desarrollarán.

9.1.8 Manejo de los CIF

Para el caso de los CIF, existen dos tipos en la empresa, aquellos que se pueden asociar a una OP y aquellos que definitivamente no son de posible asociación, lo cual requiere de procedimientos distintos. Los primeros simplemente se trasladan al costo de producción mediante las herramientas del software contable “Traslado de CIF” el cual permite elegir el tipo de costo, ya sea un costo de transporte, un costo diverso o un costo de viaje o cualquier otro y cargarlo a la OP correspondiente. En el segundo caso, como no es fácil su manejo, se utilizará una tasa presupuestada que más adelante se obtendrá de un análisis del comportamiento de los costos, en donde se observa que los CIF tienen un comportamiento que se puede asociar con el tiempo de mano de obra directa invertida en la producción, y éste corresponde a un 58.69% del valor de la Mano de Obra, de esta manera se agrega al proceso productivo de cada OP un valor como CIF, a continuación se explica la forma de obtención de dicha tasa y su aplicación.

La aplicación de los CIF se realizará tomando como base el costo de la MOD, ya que en este tipo de empresa está estrechamente relacionado con el tercer elemento del costo y además es la más conveniente en relación a otras bases como horas máquina, pues la empresa no utiliza maquinaria en la mayor parte de

su producción, tampoco se puede utilizar la base de unidades de producto, ya que la producción no es homogénea, de igual forma como la empresa es nueva no se dispone de suficientes costos históricos como para considerar otra base distinta; de esta manera se asocia la MOD con los CIF para obtener una tasa de aplicación que sirva para adicionar todos los costos restantes diferentes a materia prima directa y mano de obra directa, con el fin de que el total de los costos, haga parte de la producción de artículos terminados y cargados a cada OP uniformemente.

Del siguiente listado de cuentas CIF, se totaliza y se divide ese valor entre el costo total de mano de obra directa, para obtener qué parte porcentual representan los CIF en la MOD en un mismo periodo (ver tabla 8).
Aquí se aclara que se han tomado fielmente las cuentas y valores del año 2012, en donde se puede observar la cuenta 72 con información de los CIF.

Tabla 8. Listado de CIF año 2012

Grupo Destaka tu Marca SAS Listado de CIF año 2012				
Cuenta	**Subcuenta**	**Auxiliar**	**Detalle**	**Total**
7205	006	005	Sueldo	10,844,297
7205	027	005	Auxilio de transporte	1,118,700
7205	030	005	Cesantías	1,029,685
7205	033	005	Intereses sobre cesantías	123,563
7205	036	005	Prima de servicios	1,029,685
7205	039	005	Vacaciones	466,351
7205	045	005	Auxilio de producción	1,240,725
7205	045	010	Auxilio de alimentación	830,000
7205	048	010	Bonificación ocasional	38,666
7205	060	005	Indemnizaciones laborales	1,000,000
7205	068	005	Aportes AFP	669,328
7205	069	005	Aportes ARL	783,458
7205	070	005	Aportes EPS	1,343,070
7210	095	005	Honorarios	248,000
7220	010	005	Arrendamiento construcciones	3,038,000
7220	095	005	Otros arrendamientos	280,000
7230	020	005	Seguro de vida	1,876,387

Tabla 8. Listado de CIF año 2012 (continuación)

Grupo Destaka tu Marca SAS Listado de CIF año 2012				
Cuenta	**Subcuenta**	**Auxiliar**	**Detalle**	**Total**
7230	035	005	Seguro de sustracción	691,580
7235	005	005	Aseo y vigilancia	5,966,875
7235	015	005	Asistencia técnica	2,099,900
7235	025	005	Acueducto y alcantarillado	715,272
7235	030	005	Energía	2,015,257
7235	030	010	Alumbrado publico	220,551
7235	035	005	Teléfono	1,002,629
7235	040	005	Correo	25,000
7235	070	005	Celulares	1,206,876
7235	095	005	Otros	426,500
7235	095	010	Parqueadero	98,000
7235	095	015	Mensajería	12,000
7235	095	020	Internet	655,035
7235	095	030	Recarga cartuchos	250,000
7245	010	005	Mantenimiento de construcciones	668,347
7245	015	005	Mantenimiento de maquinaria	1,322,051
7245	025	005	Mantenimiento de equipo de cómputo	106,000
7245	040	005	Mantenimiento de flota y equipo transporte	1,502,321
7250	005	005	Adecuación instalaciones eléctricas	255,000
7250	015	005	Reparaciones locativas	1,949,395
7250	095	005	Otros	360,000
7260	010	005	Depreciación maquinaria y equipo	3,208,285
7260	015	005	Depreciación equipo de oficina	562,553
7260	020	005	Depreciación equipo de cómputo	2,222,686
7295	025	005	Elementos de aseo y cafetería	1,894,769
7295	030	005	Útiles y papelería	400,237
7295	035	005	Combustibles y lubricantes	5,866,056
7295	045	005	Taxis y buses	916,150
7295	060	005	Casino y restaurante	3,777,538
7295	065	005	Parqueadero	19,500
7295	085	005	Herramientas de consumo inmediato	2,400,142
7295	090	005	Dotación de elementos de protección	192,018
7295	095	005	Otros	2,587,412
7295	095	010	Drogas y medicamentos	160,903
7295	095	020	Repuestos y accesorios de activos fijos	7,759
Total CIF				**71,724,512**

Fuente: levantamiento y adecuación de autores desde el software contable

A continuación, se tiene el valor total de la mano de obra directa e indirecta ($142.718.990), pero solo se toma el valor total de la mano de obra directa. Como está totalizada en conjunto tanto MOD como MOI, se realizó manualmente la separación, en donde los valores causados a nombre del jefe de producción, la almacenista y la persona de servicios generales, por concepto de salarios y gastos de nómina arrojaban un valor de $20.517.528 como MOI (suma de toda la subcuenta 7205 de la tabla 8), así se deduce que la MOD es la diferencia entre $142.718.990 - $20.517.528 = $**122.201.462** (ver tabla 9).

Tabla 9. Listado de costos de mano de obra año 2012

Grupo Destaka tu Marca SAS **Listado de costos de mano de obra año 2012**				
Cuenta	**Subcuenta**	**Auxiliar**	**Detalle**	**Total**
7205	006	005	Sueldo	76,689,076
7205	027	005	Auxilio transporte	7,227,480
7205	030	005	Cesantías	7,083,911
7205	033	005	Intereses sobre cesantías	849,601
7205	036	005	Prima de servicios	7,083,344
7205	039	005	Vacaciones	3,249,215
7205	045	005	Auxilio de producción	13,110,812
7205	045	010	Auxilio de alimentación	1,913,000
7205	045	015	Auxilio de rodamientos	1,897,548
7205	048	010	Bonificación ocasional	1,037,546
7205	051	005	Dotación y suministro	2,288,800
7205	060	005	Indemnizaciones laborales	2,290,000
7205	068	005	Aportes AFP	3,171,246
7205	069	005	Aportes ARL	5,491,367
7205	070	005	Aportes EPS	9,336,044
Total MODI				**142,718,990**

Fuente: levantamiento y adecuación de autores desde el software contable

Luego se puede obtener qué parte porcentual de la MOD representan los CIF, así:

$ 71.724.512 / $122.201.462 = 58.69% y esta es la tasa de los CIF que se aplicaría a cada proyecto por la MOD invertida.

Por ejemplo a alguna OP en la que se haya invertido un costo de MP de $5.000.000 y unos costos totales de MOD de $1.000.000, se le adicionará como CIF $586.900. Es importante agregar este porcentaje de CIF en las cotizaciones presentadas a los clientes para acercarse más al costo de la OP una vez finalizada.

Ahora se realiza el mismo ejercicio para obtener la tasa de los CIF, con los registros del primer semestre del año 2013.

Primero se tiene el listado de los CIF como se muestra en la tabla 10.

Tabla 10. Listado de CIF primer semestre del año 2013

Grupo Destaka tu Marca SAS **Listado de CIF primer semestre del año 2013**				
Cuenta	**Subcuenta**	**Auxiliar**	**Detalle**	**Total**
7205	006	005	Sueldo	7,148,000
7205	027	005	Auxilio de transporte	796,650
7205	030	005	Cesantías	676,648
7205	033	005	Intereses sobre cesantías	81,198
7205	036	005	Prima	676,648
7205	039	005	Vacaciones	304,348
7205	045	005	Auxilio de producción	182,550
7205	045	010	Auxilio de alimentación	350,000
7205	045	015	Auxilio de rodamientos	1,581,466
7205	051	005	Dotación y elementos de protección	671,914
7205	063	005	Capacitación al personal	269,100
7205	068	005	Aportes AFP	497,501
7205	069	005	Aportes ARL	509,833
7205	070	005	Aportes EPS	874,000
7205	084	005	Gastos médicos y drogas	191,215
7215	070	010	Impuesto al consumo	46,831

Tabla 10. Listado de CIF primer semestre del año 2013 (continuación)

Grupo Destaka tu Marca SAS Listado de CIF primer semestre del año 2013				
Cuenta	**Subcuenta**	**Auxiliar**	**Detalle**	**Total**
7220	010	005	Arrendamientos de edificaciones	6,104,000
7230	020	005	Seguro de vida colectiva	1,452,167
7230	035	005	Seguros de hurto y sustracción	752,710
7235	005	005	Aseo	612,393
7235	015	005	Asistencia técnica	305,000
7235	025	005	Acueducto y alcantarillado	347,728
7235	030	005	Energía	1,107,744
7235	030	010	Alumbrado público	138,236
7235	035	005	Teléfono	494,816
7235	040	005	Correo, portes y telegramas	14,000
7235	070	005	Celulares	590,568
7235	095	005	Otros	311,163
7235	095	010	Parqueadero	5,500
7235	095	020	Internet	302,509
7235	095	030	Recarga de cartuchos	200,000
7240	005	005	Gastos notariales	3,360
7245	015	005	Mantenimiento de maquinaria y equipo	507,242
7245	040	005	Mantenimiento de flota y equipo de transporte	367,000
7250	005	005	Adecuaciones e instalaciones eléctricas	617,406
7250	015	005	Reparaciones locativas	43,017
7260	010	005	Depreciación maquinaria y equipo	1,432,392
7260	015	005	Depreciación equipo de oficina	259,994
7260	020	005	Depreciación equipo de cómputo	1,351,797
7265	010	005	Amortización intangibles	244,747
7295	025	005	Elementos de aseo y cafetería	601,018
7295	030	005	Útiles y papelería	171,178
7295	035	005	Combustibles y lubricantes	2,084,580
7295	045	005	Taxis y buses	644,000
7295	060	005	Casino y restaurante	1,474,756
7295	065	005	Parqueadero	66,610
7295	085	005	Herramientas de consumo inmediato	2,251,471
7295	090	005	Dotación y elementos de protección	48,965
7295	095	005	Otros	1,482,080
7295	095	010	Drogas y medicamentos	79,415
7295	095	020	Repuestos y accesorios para activos fijos	844,142
Total CIF				**42,171,606**

Fuente: levantamiento y adecuación de autores

Posteriormente se toma el valor total de la mano de obra directa e indirecta, e igualmente se extrajeron los valores causados a nombre de la almacenista y la persona de servicios generales por concepto de salarios y gastos de nómina arrojaban un valor de $14.811.071 como MOI (en este año 2013 no se contrató el cargo del jefe de producción), así se deduce que la MOD es la diferencia entre $67.914.228 - $14.811.071 = **$53.103.157** (ver tabla 11).

Tabla 11. Listado de costos de mano de obra - primer semestre año 2013

Grupo Destaka tu Marca SAS **Listado de costos de mano de obra del primer semestre año 2013**				
Cuenta	**Subcuenta**	**Auxiliar**	**Detalle**	**Total**
7205	006	005	Salarios	38,612,168
7205	027	005	Auxilio de transporte	3,607,250
7205	030	005	Cesantías	3,650,384
7205	033	005	Intereses sobre cesantías	438,048
7205	036	005	Prima	3,650,384
7205	039	005	Vacaciones	1,699,815
7205	045	005	Auxilio de producción	2,142,500
7205	045	010	Auxilio de alimentación	1,000,000
7205	045	015	Auxilio de rodamientos	1,581,466
7205	048	010	Bonificación ocasional	300,000
7205	051	005	Dotación y elementos de protección	671,914
7205	063	005	Capacitación al personal	269,100
7205	068	005	Aportes AFP	2,003,596
7205	069	005	Aportes ARL	2,798,378
7205	070	005	Aportes EPS	4,797,220
7205	084	005	Gastos médicos y drogas	692,005
Total MODI				**67,914,228**

Fuente: levantamiento y adecuación de autores

Nuevamente se puede obtener qué parte porcentual de la MOD representan los CIF, así: $42.171.606 / $53.103.157 = 79.41% y esta es la tasa de los CIF que se aplicaría a cada proyecto por la MOD invertida por el año 2013.

Por ejemplo a alguna OP en la que se haya invertido un costo de MP de $5.000.000 y unos costos totales de MOD de $1.000.000, se le adicionará como CIF $794.100.

Se observa una variación de la tasa CIF del 20.72%, es realmente una variación muy amplia de un año a otro. Después de un análisis comparativo con las cifras, deducimos que la principal diferencia se encuentra en la MOI, la cual tiene un aumento respecto a la MOD, pues en 2012 solo representa el 17% y en 2013 el 28%, ya que en este año se vincula personal nuevo y con sueldos homogéneos al resto de personal. Otra diferencia importante es el valor del arrendamiento de la bodega, pues según conocimos de parte del área contable, durante 5 meses del año 2012 no se causó ni canceló valor alguno por este concepto, ya que la bodega es propiedad de uno de los socios y este no ejercía su calidad de dueño del bien inmueble.

En el siguiente cuadro se evidencia entonces una disminución en la MOD, y un aumento en la MOI y en los CIF, hay que tener en cuenta que, debido a que este análisis se realizó a mediados del año 2013 solo se tiene información del primer semestre de ese año, así que se tomará para la comparación, una base promedio de un semestre del año 2012, del cual sí se dispone de la información de todo el año transcurrido.

Cuadro 5. Variación de costos de un año a otro

TIPO DE COSTO	AÑO 2012	SEMESTRE AÑO 2012	SEMESTRE AÑO 2013	VARIACIÓN
MOD	122.201.462	61.100.731	53.103.157	- 7.997.574
MOI	20.517.528	10.258.764	14.811.071	4.552.307
CIF	71.724.512	35.862.256	42.171.606	6.309.350

Fuente: elaboración propia, basado en la información de la empresa

Estas variaciones son las que afectan en mayor proporción el resultado del análisis de obtención de la tasa CIF, se puede ver que son razonables según la continuidad de las operaciones de la empresa. Para este proyecto se utilizará la tasa CIF del año 2012 o 2013, según corresponda al año en que realmente se realizó la producción de los artículos escogidos.

El valor que resulte como CIF aplicados se carga a la OP contabilizando las siguientes cuentas:

OP 203
141005 Producto en Proceso (DB)
739605 CIF aplicados (CR)

Es importante señalar el motivo de la escogencia de la metodología aplicada para la asignación de los CIF en el proyecto. Este proceso ha sido aplicado principalmente utilizando como base, lo expuesto en el texto “Contabilidad de Costos” del autor Gonzalo Sinisterra Valencia, en donde se desarrollan metodologías de aplicación de los CIF, y en nuestro caso, para las empresas en donde los costos de mano de obra tienen gran representación, además para esta pyme en proceso de crecimiento y solidez, es la más adecuada por ahora, mientras se estabilizan y estandarizan sus procesos, líneas de producción, líneas de ventas y se genera un reglamentación en cada una de sus departamentos.

Antes de realizar la asignación de los CIF de la manera expuesta anteriormente y con el objetivo de acercarnos más a los costos indirectos reales por cada OP, se revisa la posibilidad de asignar directamente algunos costos indirectos relacionados en la tabla 10, entre los cuales se destacan, la energía, la depreciación, el arrendamiento y el mantenimiento de maquinaria y equipo.

Una vez revisado el manejo de cada uno se encuentran los siguientes inconvenientes.

Para la energía, los tiempos de las máquinas o herramientas no fueron tomados en su momento, cada OP es única, el producto generalmente no se repite, por lo tanto no es posible determinar los consumos de cada máquina o herramienta en cada OP.

En el caso de la depreciación, el método de depreciación utilizado por la empresa es el método de línea recta, por lo tanto cada máquina se deprecia esté o no en uso.

Con el arrendamiento se tiene que, no existen áreas delimitadas de la bodega para asignarles un costo, ya que los diferentes procesos se realizan en cualquier parte de la misma, y ocurre más cuando hay exceso de mercancías, así es imposible cargar un costo a las OP que tengan procesos en dichas áreas no delimitadas.

Finalmente en el caso de mantenimiento de maquinaria y equipo, éste se hace cada vez que una máquina lo requiere por su irregular funcionamiento, o cada cierto tiempo, en el caso del compresor. En este caso también se debería determinar en cuántas unidades se empleará cada máquina (algo bien complejo ya que no se produce en línea sino por OP heterogénea) y asignar un presupuesto de mantenimiento por año, para poder ir asignando el respectivo costo.

De acuerdo con lo anterior a estos costos indirectos se le da igual tratamiento que a los demás.

9.1.9 Variaciones de los CIF

Al finalizar el año seguramente resultará diferente el valor de los CIF aplicados en las distintas OP utilizando la tasa y el valor de los CIF reales. Antes, se precisará sobre los CIF reales, estos son los costos en que realmente la empresa incurrió a lo largo del periodo contable y los CIF aplicados son los que se aplicaron a cada OP del periodo contable de acuerdo a la tasa presupuestada de CIF.

Si al finalizar el periodo, el saldo débito de los CIF reales es mayor al saldo crédito de los CIF aplicados, se puede inferir que el costo indirecto de la producción se subvaloró, y la tasa aplicada quedó corta, para contabilizar este resultado desfavorable, se registra el siguiente movimiento para cerrar las cuentas del año:

739605 CIF aplicados (DB)
739705 Variación de CIF (DB)
739805 CIF reales (CR)

Por ejemplo, si al final del año se tienen registrados como CIF aplicados $165.000 en el crédito y como saldo de los CIF reales se tienen $185.000 en el débito, se registra así la variación:

739605 CIF aplicados	$165.000	
739705 Variación de CIF	$20.000	
739805 CIF reales		$185.000

Si por el contrario el saldo débito de los CIF reales es menor al saldo crédito de los CIF aplicados, se concluye que el costo indirecto de la producción fue sobrevalorado, la tasa aplicada fue excesiva, con un resultado favorable, puesto

que se calculó y aplicó más de lo realmente incurrido al final del periodo. La contabilización de cierre sería la siguiente:

739605 CIF aplicados (DB)
739705 Variación de CIF (CR)
739805 CIF reales (CR)

Por ejemplo, si al final del año se tienen registrados como CIF aplicados $200.000 en el crédito y como saldo de los CIF reales se tienen $185.000 en el débito, se registra así la variación:

739605 CIF aplicados	$200.000	
739705 Variación de CIF		$15.000
739805 CIF reales		$185.000

9.1.10 Registro del costo de venta

Ya teniendo cargada la OP en la cuenta de Productos en Proceso, con los tres elementos del costo, se procede a cerrar la OP, consiste en acreditar la cuenta de Producto en Proceso y debitar la de Producto Terminado, así:

143005 Producto terminado (DB)
141005 Producto en proceso (CR)

Simultáneamente, el producido de la OP se traslada a la bodega de productos terminados y una vez facturado el costo acumulado pasa al Costo de Venta así:

130505 Deudores (DB)

415555 Ingresos (CR)
615555 Costo de venta (DB)
143005 Producto terminado (CR)

De esta manera finaliza el ciclo productivo y contable de la OP, lo cual muestra el costo de producción total de la OP y si ésta fue de un mismo producto en varias cantidades, se obtiene además el costo unitario. Con esta información la gerencia pretende conocer qué tan rentables han sido sus proyectos y cuáles líneas de producción podrían mejorarse o descartarse.

En los cuadros 9 al 18 se analizarán en detalle, para que se tomen las respectivas decisiones, 10 productos contenidos en 10 diferentes OP, en donde a cada OP se le asignó una hoja de costos.

En cada hoja de costos se detalla la materia prima utilizada para la elaboración del producto con su respectiva cantidad y valor; la mano de obra utilizada describiendo el proceso, el funcionario y el tiempo utilizado para determinar su costo; los servicios subcontratados con personal o empresas externas y la asignación de los CIF con base en la tasa establecida del 58.69% para los productos elaborados en el año 2012 y del 79.41% para el año 2013.

Finalmente se totalizan los valores de los elementos que componen el costo de producción, Materia Prima (MP), Mano de Obra (MO), Costos Indirectos de Fabricación (CIF), incluyendo también los servicios subcontratados para los productos que lo requieren. De esta manera se obtiene el costo total de la Orden de Producción, así como también el costo unitario con base en las unidades producidas. Para determinar la participación porcentual de cada elemento, se divide el costo de cada uno sobre el costo total de la Orden de Producción, lo que nos permite identificar el componente principal de cada producto.

También se puede observar el precio de venta con el objetivo de determinar el margen de utilidad que genera el producto.

9.1.11 Forma descartada de manejo de los CIF

Una de las maneras que se estudió para aplicar CIF a esta empresa fue utilizando el método de ponderación por precio de venta y la ponderación por unidades vendidas en el año, en donde se asignaba un costo CIF a cada OP, según la ponderación de la suma por separado de cada método. A continuación se desarrollará el ejercicio y se explicarán las razones por las cuales fue descartado.

Utilizando el valor de los CIF del año 2012, se aplicarán ponderadamente a cada producto según su participación en el total de las ventas anuales, así:

Cuadro 6. Asignación de CIF según participación de ventas año 2012

Producto	Ventas anuales ($)	Participación (%)	Participación CIF según ventas ($)
Take one multicatálogo Honda giratorio	6.600.000	0,86%	614.003,26
Logotipo ala Honda	1.280.000	0,17%	119.079,42
Tapete Honda	3.520.000	0,46%	327.468,41
Stand góndola Eficacia	19.500.000	2,53%	1.814.100,55
Atril motos Honda	5.900.000	0,77%	548.881,70
Alquiler stand Nagor	3.320.000	0,43%	308.862,25
Diseño gráfico Viajar por Colombia y el mundo	640.000	0,08%	59.539,71
Otros	730.216.000	94,71%	67.932.576,70
Totales	**770.976.000**	**100,00%**	**71.724.512**

Fuente: elaboración propia, basado en la información de la empresa

Luego se realiza el mismo proceso, ponderando los CIF a cada producto según las unidades vendidas de ese producto idéntico en el año, así:

Cuadro 7. Asignación de CIF según participación de unidades vendidas año 2012

Producto	Unidades vendidas anuales	Participación (%)	Participación CIF según unidades ($)
Take one multicatálogo Honda giratorio	200	4,27%	3.065.805,17
Logotipo ala Honda	2	0,04%	30.658,05
Tapete Honda	9	0,19%	137.961,23
Stand góndola Eficacia	1	0,02%	15.329,03
Atril motos Honda	39	0,83%	597.832,01
Alquiler stand Nagor	1	0,02%	15.329,03
Diseño gráfico Viajar por Colombia y el mundo	1	0,02%	15.329,03
Otros	4426	94,59%	67.846.268,46
Totales	**4679**	**100%**	**71.724.512,00**

Fuente: elaboración propia, basado en la información de la empresa

Finalmente se toman ambos porcentajes de participación y se ponderan sobre 200% para llegar a un 100%, de esta manera se adicionan los CIF uniendo dos métodos distintos, así como se muestra en el cuadro 8.

Cuadro 8. Asignación de CIF según ponderación de la participación de ventas y unidades vendidas año 2012

Producto	Participación				CIF para aplicar por cada OP ($)
	Según ventas	Según Unidades	Según Ventas y Unidades	Ponderación	
Take one multicatálogo Honda giratorio	0,86%	4,27%	5,13%	2,57%	1.839.904
Logotipo ala Honda	0,17%	0,04%	0,21%	0,10%	74.869
Tapete Honda	0,46%	0,19%	0,65%	0,32%	232.715
Stand góndola Eficacia	2,53%	0,02%	2,55%	1,28%	914.715
Atril motos Honda	0,77%	0,83%	1,60%	0,80%	573.357
Alquiler stand Nagor	0,43%	0,02%	0,45%	0,23%	162.096
Diseño gráfico Viajar por Colombia y el mundo	0,08%	0,02%	0,10%	0,05%	37.434
Otros	94,71%	94,59%	189,31%	94,65%	67.889.423
Total ventas	**100,00%**	**100,00%**	**200,00%**	**100,00%**	**71.724.512**

Fuente: elaboración propia, basado en la información de la empresa

Esta forma de asignación de CIF fue descartada por una razón principalmente: la empresa no puede esperar a que culmine el año o periodo contable para conocer el valor de ventas totales, ni la cantidad de artículos vendidos en el año, para

realizar el cálculo y asignar los CIF a cada OP, además es una empresa de producción por pedido y cada OP es muy distinta a otra, lo cual dificulta la posibilidad de levantar presupuestos de producción y de ventas.

También resulta inaplicable el método de aplicar CIF por unidades vendidas, ya que hay productos de distintos tamaños, complejidad en su proceso o son productos no fabricados por la empresa y se estarían sub-aplicando o sobre-aplicando CIF a ciertos artículos que por las unidades vendidas no se justifica su asignación, por ser una producción ampliamente heterogénea.

Cuadro 9. Hoja de costos señalización Edificio Santa Mónica Central PH

destaka tu marca	Página 1 de 1 **Hoja de costos** **Señalización Edificio Santa Mónica Central PH**	**Fecha**	**Tipo**
		17/01/13	Venta
		OP	**Cantidad**
		234	**1**

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Diseño, elaboración y suministro de pieza en MDF, cubierta con chapilla, frente en aluminio anodizado y acrílico cristal dilatado para representar el logo de la marca.

MATERIA PRIMA

Código	Materiales	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
330001	Vinilo signcal frosted 60 cm	cm	18	102,59	1846,55
330002	Vinilo oracal matte 631-070 black 61 x 46 cm	cm	34	64,14	2180,69
050001	MDF 212 x 244 cm calibre 5.5 mm	cm2	2400	1,66	3981,10
280001	Dilatadores dishueco 16 x 25	und	4	1451,00	5804,00
210001	Aluminio lámina lisa 100 x 200 cm calibre 2 mm	cm	36	630,00	22680,00
110001	Acrílico cristal 120 x 180 cm calibre 2 mm	cm2	1520	4,88	7410,00
020001	Chapillas 40 cm x 200 cm	cm	60	131,12	7867,24
530001	Laca para madera	gl	0,03125	74408,00	2325,25
410001	Pegante industrial AXW	gl	0,03125	28931,00	904,09
820001	Strech mediano 30 cm	g	50	6,64	331,78
610001	Cinta roja 1" doble faz 25 x 50	g	30	234,29	7028,70
Total materia prima					**62.359,41**
					49,67%

MANO DE OBRA

Proceso	Funcionario	Minutos	Valor minuto	Valor total
Diseño gráfico	Diseñador gráfico	60	86,74	5.204,67
Compra de chapillas	Auxiliar de producción / Motorista	30	81,96	2.458,69
Corte de MDF	Auxiliar de producción	60	80,71	4.842,38
Corte de chapillas				
Corte de acrílico y decoración con logos	Auxiliar de producción	30	80,71	2.421,19
Armado	Auxiliar de producción	30	77,51	2.325,35
Empaque	Auxiliar de producción	10	77,51	775,12
Instalación	Auxiliar de producción	60	77,51	4.650,71
Total mano de obra		**280**		**22.678,10**
				18,06%

SERVICIOS SUBCONTRATADOS

Servicio	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Corte de aluminio	1	17.500,00	17.500,00
Anodizado	1	5.000,00	5.000,00
Total servicios subcontratados	**2**		**22.500,00**
			17,92%

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Tasa predeterminada	Costo mano de obra	Total CIF
79,41%	22.678,10	$ 18.008,68
		14,34%

COSTO

Costo total	Cantidad	Costo unitario
125.546,19	1	125.546,19

OBSERVACIONES

PRECIO DE VENTA

Venta total	Cantidad	Valor Unitario
190.000,00	1	190.000,00
Utilidad	64.453,81	33,92%

Elaborado por: **Aprobado por:**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 10. Hoja de costos take one multicatálogo Honda giratorio

destaka tu marca	Página 1 de 2 **Hoja de costos** **Take one multicatálogo Honda giratorio**	**Año**	**Tipo**
		13/06/12	Venta
		OP	**Cantidad**
		154	200

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Diseño, elaboración y suministro de 200 "tome uno" giratorios, elaborados con poliestireno rojo y negro, alusivos a la marca motos Honda.

MATERIA PRIMA

Código	Materiales	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
110002	Acrílico cristal mate 120 x 180 cm calibre 2 mm año 2012	und	4	$ 78.416,00	$ 313.664,00
120001	Poliestireno rojo calibre 100	und	22	$ 39.074,00	$ 859.628,00
120002	Poliestireno negro calibre 40	und	9	$ 14.412,00	$ 129.708,00
918001	Plancha	und	1	$ 41.637,00	$ 41.637,00
912001	Marco	und	1	$ 60.344,00	$ 60.344,00
913001	Molde base	und	1	$ 35.000,00	$ 35.000,00
913002	Molde superior	und	1	$ 15.000,00	$ 15.000,00
217001	Tuerca 1/4 de lujo	und	201	$ 20,00	$ 4.020,00
215001	Tornillo goloso 1"	und	201	$ 80,00	$ 16.080,00
570001	Tinta PVC roja	lb	1	$ 21.552,00	$ 21.552,00
810001	Láminas de cartón calibre 6	und	35	$ 4.500,00	$ 157.500,00
520001	Disolvente	ml	750	$ 5,17	$ 3.879,00
Total materia prima					**$ 1.658.012,00**
					32,41%

MANO DE OBRA

Proceso	Funcionario	Minutos	Valor minuto	Valor total
Diseño industrial	Diseñador industrial 1	480	$ 123,16	$ 59.116,32
Diseño gráfico	Diseñador gráfico	60	$ 79,16	$ 4.749,70
Pulido de base	Auxiliar de producción	480	$ 77,41	$ 37.155,18
Pulido de base	Auxiliar de producción	480	$ 63,95	$ 30.695,40
Termodoblada	Auxiliar de producción	240	$ 77,41	$ 18.577,59
Pintura y estampado	Auxiliar de producción	510	$ 77,41	$ 39.477,38
Armado	Auxiliar de producción / Motorista	3360	$ 78,66	$ 264.286,24
Armado	Auxiliar de producción	3360	$ 77,41	$ 260.086,24
Armado	Almacenista	3360	$ 74,10	$ 248.961,84
Armado	Auxiliar de producción	3360	$ 63,95	$ 214.867,80
Armado	Auxiliar de producción 2	3360	$ 92,02	$ 309.195,76
Armado de cajas	Auxiliar de producción	960	$ 77,41	$ 74.310,36
Armado de cajas	Auxiliar de producción	960	$ 77,41	$ 74.310,36
Empaque	Auxiliar de producción	480	$ 77,41	$ 37.155,18
Empaque	Auxiliar de producción	480	$ 63,95	$ 30.695,40
Entrega	Auxiliar de producción / Motorista	360	$ 78,66	$ 28.316,38
Total mano de obra		**22290**		**$ 1.731.957,12**
				33,85%

SERVICIOS SUBCONTRATADOS

Servicio	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Termoformado poliestireno negro	220	$ 909,10	$ 200.000,99
Sistema de rodamiento	201	$ 1.200,00	$ 241.200,00
Corte poliestireno rojo	200	$ 336,00	$ 67.200,00
Ruteo de poliestireno rojo	200	$ 336,00	$ 67.200,00
Corte de acrílico	200	$ 336,00	$ 67.200,00
Termodoblado de acrílico	200	$ 336,00	$ 67.200,00
Total servicios subcontratados	**1221**		**$ 710.000,99**
			13,88%

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Tasa predeterminada	Costo mano de obra	Total CIF
58,69%	$ 1.731.957,12	**$ 1.016.485,64**
		19,87%

COSTO

Costo total	Cantidad	Costo unitario
$ 5.116.455,75	200	$ 25.582,28

Cuadro 10. Hoja de costos take one multicatálogo Honda giratorio (continuación)

destaka tu marca	Página 2 de 2 **Hoja de costos** **Take one multicatálogo Honda giratorio**	**Año**	**Tipo**
		13/06/12	Venta
		OP	**Cantidad**
		154	200

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Diseño, elaboración y suministro de 200 "tome uno" giratorios, elaborados con poliestireno rojo y negro, alusivos a la marca motos Honda.

OBSERVACIONES	PRECIO DE VENTA		
	Venta total	**Cantidad**	**Valor Unitario**
	$ 6.600.000,00	200	$ 33.000,00
	Utilidad	$ 1.483.544,25	22,48%

Elaborado por: **Aprobado por:**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 11. Hoja de costos atril motos Honda

destaka tu marca	Página 1 de 1 **Hoja de costos** **Atril motos Honda**	**Año**	**Tipo**
		15/02/13	Venta
		OP	**Cantidad**
		229	10

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Pieza de comunicación diseñada exclusivamente para la exposición de la ficha técnica de cada una de las referencias de motocicletas Honda.
Elaborado con elementos metálicos y decorado con acrílicos y vinilos adhesivos.

MATERIA PRIMA

Código	Materiales	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
110003	Acrílico cristal mate 120 x 180 cm calibre 2 mm año 2013	und	1	$ 80.600,00	$ 80.600,00
930001	Base con tuerca araña gris plata	und	10	$ 24.000,00	$ 240.000,00
980001	Hablador superior	und	10	$ 19.500,00	$ 195.000,00
216001	Tubular redondo tornillo gris plata	und	10	$ 12.000,00	$ 120.000,00
280002	Dilatadores	und	40	$ 991,00	$ 39.640,00
913003	Molde en fibra de vidrio	und	10	$ 10.000,00	$ 100.000,00
920001	Balastro	g	3750	$ 0,49	$ 1.850,00
920002	Cemento	kg	7	$ 465,50	$ 3.258,50
212001	Niveladores	und	40	$ 370,00	$ 14.800,00
610001	Cinta roja 1" doble faz 25 x 50	g	50	$ 234,29	$ 11.714,50
330003	Vinilo blanco reflectivo	cm	40	$ 80,00	$ 3.200,00
810002	Cartón corrugado	m	10	$ 950,51	$ 9.505,10
820001	Strech mediano 30 cm	g	1500	$ 6,64	$ 9.953,34
330004	Vinilo metalizado Aluminium Brushed 0,92 m	cm	15	$ 144,00	$ 2.160,00
Total materia prima					**$ 831.681,44**
					74,07%

MANO DE OBRA

Proceso	Funcionario	Minutos	Valor minuto	Valor total
Diseño industrial	Diseñador industrial 1	240	$ 123,16	$ 29.558,16
Corte de acrílicos	Auxiliar de producción 2	60	$ 96,35	$ 5.780,91
Fundición de base	Auxiliar de producción	180	$ 80,71	$ 14.527,13
Pintura de base	Auxiliar de producción	240	$ 80,71	$ 19.369,51
Instalación de logos	Auxiliar de producción	480	$ 77,51	$ 37.205,68
Armado	Auxiliar de producción	240	$ 77,51	$ 37.205,68
Empaque	Auxiliar de producción	240	$ 77,51	$ 18.602,84
Total mano de obra		**1680**		**$ 162.249,90**
				14,45%

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Tasa predeterminada	Costo mano de obra	Total CIF
79,41%	$ 162.249,90	**$ 128.842,65**
		11,48%

COSTO

Costo total	Cantidad	Costo unitario
$ 1.122.773,99	10	$ 112.277,40

OBSERVACIONES

PRECIO DE VENTA

Venta total	Cantidad	Valor Unitario
$ 1.500.000,00	10	$ 150.000,00
Utilidad	$ 377.226,01	25,15%

Elaborado por: **Aprobado por:**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 12. Hoja de costos carro de degustación Enriko

destaka tu marca	Página 1 de 2	Año	Tipo
	Hoja de costos	20/01/13	Venta
	Carro de degustación Enriko	**OP**	**Cantidad**
		260	15

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Carritos para degustación 90cm X 37cm X 50cm con hablador (incluye prototipo).
Estructura en tubular metálico y racks laterales para exhibición de producto con acabado en pintura electrostática, sistema de rodachinas. Bandeja superior en madera forrada con fórmica y borde caucho, compartimientos tipo bodega. Laterales y frontal decorados con imagen en impresión digital full color laminado mate.

MATERIA PRIMA

Código	Materiales	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
290001	Estructura metálica X	und	1	$ 380.000,00	$ 380.000,00
290002	Estructura metálica Y	und	14	$ 280.000,00	$ 3.920.000,00
540001	Lubricante	gl	1	$ 11.810,00	$ 11.810,00
070001	Melamínico blanco 1830 x 2500 cms calibre 15	und	1	$ 113.724,00	$ 113.724,00
921001	Rueda 5 PB 1 1/2	und	30	$ 10.258,00	$ 307.740,00
260001	Cerradura guantera	und	15	$ 3.793,20	$ 56.898,00
970001	Formaborde T 21	m	30	$ 948,27	$ 28.448,10
330005	Vinilos adhesivos y banner	und	11	$ 58.310,00	$ 641.410,00
330006	Vinilos adhesivos y banner	und	1	$ 57.100,00	$ 57.100,00
550001	Pinturas, vinilos, lacas y disolventes	ml	946,25	$ 8,14	$ 7.705,17
250001	Cadena cuadrada niquel	m	10,5	$ 1.293,00	$ 13.576,50
915001	Pasacable pequeño negro	und	15	$ 603,44	$ 9.051,60
120003	Poliestireno negro liso 100 x 200 cm calibre 100	und	1	$ 34.662,00	$ 34.662,00
924001	Tapones	und	30	$ 32,00	$ 960,00
940001	Canto fleje blanco	m	9	$ 301,72	$ 2.715,48
200001	Manijas clásicas	und	15	$ 1.244,67	$ 18.670,00
560001	Thinner corriente	ml	3.785	$ 3,07	$ 11.638,00
530001	Laca para madera	gl	0,13	$ 74.408,00	$ 9.301,00
820001	Strech mediano 30 cm	g	1751	$ 6,64	$ 11.618,87
110004	Acrílico rojo calibre 2 mm	und	1	$ 87.978,00	$ 87.978,00
919001	Pliego lija 220	und	2	$ 862,00	$ 1.724,00
919002	Pliego lija 150	und	1	$ 862,00	$ 862,00
215004	Tornillos Drywall 1"	und	30	$ 14,00	$ 420,00
220001	Arandelas zincadas	und	30	$ 80,00	$ 2.400,00
610002	Cinta DF espuma 1/2"	g	148	$ 102,94	$ 15.235,00
215002	Tornillos pan 1/2"	und	80	$ 12,00	$ 960,00
215003	Tornillos pan 1" x 8	und	45	$ 16,00	$ 720,00
Total materia prima					**$ 5.747.327,72**
					84,51%

MANO DE OBRA

Proceso	Funcionario	Minutos	Valor minuto	Valor total
Diseño industrial	Gerente general	120	$ 117,79	$ 14.135,33
Diseño industrial	Diseñador industrial	120	$ 90,59	$ 10.870,49
Diseño gráfico	Diseñador gráfico	120	$ 86,74	$ 10.409,33
Diseño industrial	Diseñador industrial	1200	$ 90,59	$ 108.704,86
Corte de acrílico	Auxiliar de producción 2	120	$ 96,35	$ 11.561,83
Termoformado de acrílico	Auxiliar de producción 2	360	$ 96,35	$ 34.685,48
Corte de MDF	Auxiliar de producción 1	960	$ 109,65	$ 105.266,11
Pulido de MDF				
Pegado formaborde melamínico arriba				
Pegado vinilos adhesivos	Auxiliar de producción	720	$ 80,71	$ 58.108,52
Instalación de superficie y entrepaños	Auxiliar de producción	480	$ 80,71	$ 38.739,01
Instalación de superficie y entrepaños	Auxiliar de producción	480	$ 77,51	$ 37.205,68
Instalación de llantas	Auxiliar de producción 2	480	$ 96,35	$ 46.247,30
Instalación de chapa, manija y cadena	Auxiliar de producción 1	480	$ 109,65	$ 52.633,06
Instalación cúpula	Auxiliar de producción 2	30	$ 96,35	$ 2.890,46
Empaque	Servicios generales	120	$ 68,68	$ 8.241,13
Empaque	Auxiliar de producción	120	$ 77,51	$ 9.301,42
Empaque	Auxiliar de producción	120	$ 80,71	$ 9.684,75
Entrega	Auxiliar de producción / Motorista	180	$ 81,96	$ 14.752,13
Entrega	Auxiliar de producción	180	$ 77,51	$ 13.952,13
Total mano de obra		**6390**		**$ 587.389,00**
				8,64%

Cuadro 12. Hoja de costos carro de degustación Enriko (continuación)

destaka tu marca	Página 2 de 2 **Hoja de costos** **Carro de degustación Enriko**	**Año**	**Tipo**
		20/01/13	Venta
		OP	**Cantidad**
		260	15

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Carritos para degustación 90cm X 37cm X 50cm con hablador (incluye prototipo).
Estructura en tubular metálico y racks laterales para exhibición de producto con acabado en pintura electrostática, sistema de rodachinas. Bandeja superior en madera forrada con fórmica y borde caucho, compartimientos tipo bodega. Laterales y frontal decorados con imagen en impresión digital full color laminado mate.

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		
Tasa predeterminada	**Costo mano de obra**	**Total CIF**
79,41%	$ 587.389,00	$ 466.445,61
		6,86%

COSTO		
Costo total	**Cantidad**	**Costo unitario**
$ 6.801.162,33	15	$ 453.410,82

OBSERVACIONES

PRECIO DE VENTA		
Venta total	**Cantidad**	**Valor Unitario**
$ 13.350.000,00	15	$ 890.000,00
Utilidad	$ 6.548.837,67	49,05%

Elaborado por: **Aprobado por:**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 13. Hoja de costos vitrina Nutrifactor

		Año	Tipo
destaka tu marca	Página 1 de 2 **Hoja de costos** **Vitrina Nutrifactor**	20/03/13	Venta
		OP	**Cantidad**
		298	1

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Mueble exhibidor de productos con cajonero (bodega) en su parte inferior. Elaborado en MDF, con imágenes digitales iluminadas, puertas y cenefas en vidrio. Dimensiones 2.40 x 1.12 mts.

MATERIA PRIMA

Código	Materiales	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
110003	Acrílico cristal mate 120 x 180 cm calibre 2 mm año 2013	und	0,49	$ 80.600,00	$ 39.180,47
610003	Cinta DF espuma 3/4"	g	77,04	$ 112,50	$ 8.667,00
280003	Dilatadores dishueco 30 x 40	und	4,00	$ 2.050,00	$ 8.200,00
211001	Micos	und	8,00	$ 700,00	$ 5.600,00
040001	Fórmica blanco 122 x 244 cm	cm2	26.840,00	$ 0,64	$ 17.126,64
040001	Fórmica blanco 122 x 244 cm	cm2	59.536,00	$ 0,64	$ 37.990,00
050001	MDF 212 x 244 cm calibre 5.5 mm	cm2	103.456,00	$ 1,66	$ 171.612,00
901001	Vidrio	und	2,00	$ 106.875,00	$ 213.750,00
410001	Pegante industrial AXW	gl	0,75	$ 28.931,00	$ 21.684,00
240001	Bisagras para vidrio	und	4,00	$ 2.648,00	$ 10.592,00
750001	Lámparas completas T5 x 21W	und	4,00	$ 7.200,00	$ 28.800,00
750002	Halógenas luz blanca excelite	und	2,00	$ 10.686,00	$ 21.372,00
260002	Chapas para vidrio	und	2,00	$ 4.870,00	$ 9.740,00
010001	Bastidores otobo 2 x 4 x 200 cm	und	25,00	$ 1.300,00	$ 32.500,00
730001	Cable duplex 2 x 16	m	5,00	$ 691,00	$ 3.455,00
200002	Manija X	und	2,00	$ 1.035,00	$ 2.070,00
923001	Soportes para vidrios	und	32,00	$ 188,00	$ 6.016,00
710001	Balas niqueladas	und	2,00	$ 3.384,00	$ 6.768,00
550003	Pintura vinilo blanco	gl	0,33	$ 48.264,00	$ 15.927,12
510001	Carpincol	gl	0,13	$ 20.200,00	$ 2.525,00
820001	Strech mediano 30 cm	g	700,00	$ 6,64	$ 4.644,89
830001	Yumbolón	m	5,00	$ 3.508,44	$ 17.542,20
810002	Cartón corrugado	m	8,00	$ 950,51	$ 7.604,08
	Total materia prima				**$ 693.366,40**
					55,97%

MANO DE OBRA

Proceso	Funcionario	Minutos	Valor minuto	Valor total
Diseño industrial	Diseñador industrial	240	$ 90,59	$ 21.740,97
Diseño gráfico	Diseñador gráfico	60	$ 86,74	$ 5.204,67
Corte de MDF	Auxiliar de producción	240	$ 109,65	$ 26.316,53
Enchape	Auxiliar de producción	240	$ 77,51	$ 18.602,84
Armado	Auxiliar de producción	240	$ 77,51	$ 18.602,84
Iluminación	Auxiliar de producción	240	$ 77,51	$ 18.602,84
Instalación de vidrios	Auxiliar de producción	120	$ 77,51	$ 9.301,42
Instalación de publicidad	Auxiliar de producción	90	$ 77,51	$ 6.976,06
Empaque	Auxiliar de producción	240	$ 80,71	$ 19.369,51
Empaque	Auxiliar de producción	240	$ 77,51	$ 18.602,84
Total mano de obra		**1950**		**$ 163.320,51**
				13,18%

SERVICIOS SUBCONTRATADOS

Servicio	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Instalación	1	$ 50.000,00	$ 50.000,00
Flete	1	$ 202.430,00	$ 202.430,00
Total servicios subcontratados	**2**		**$ 252.430,00**
			20,38%

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Tasa predeterminada	Costo mano de obra	Total CIF
79,41%	$ 163.320,51	**$ 129.692,82**
		10,47%

COSTO

Costo total	Cantidad	Costo unitario
$ 1.238.809,73	1	$ 1.238.809,73

Cuadro 13. Hoja de costos vitrina Nutrifactor (continuación)

destaka tu marca	Página 2 de 2 **Hoja de costos** **Vitrina Nutrifactor**	**Año**	**Tipo**
		20/03/13	Venta
		OP	**Cantidad**
		298	1

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Mueble exhibidor de productos con cajonero (bodega) en su parte inferior. Elaborado en MDF, con imágenes digitales iluminadas, puertas y cenefas en vidrio. Dimensiones 2.40 x 1.12 mts.

OBSERVACIONES	**PRECIO DE VENTA**		
	Venta total	**Cantidad**	**Valor Unitario**
	$ 1.500.000,00	1	$ 1.500.000,00
	Utilidad	$ 261.190,27	17,41%

Elaborado por: **Aprobado por:**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14. Hoja de costos logotipo ala Honda

destaka tu marca	Página 1 de 1 **Hoja de costos** **Logotipo ala Honda**	**Año**	**Tipo**
		18/02/13	Venta
		OP	**Cantidad**
		272	1

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Primer elemento de diseño componente de la identidad corporativa ubicado dentro de la Sala de Ventas.
Debe estar ubicado en una pared que tenga alta visibilidad, con la finalidad de generar identificación de marca.
Base sólida con tornillo a pared y superficie superior en acrílico rojo - hasta de 2 m.

MATERIA PRIMA

Código	Materiales	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
050002	MDF calibre 5 mm	cm2	23800	$ 3.50	$ 83,300.00
110004	Acrílico rojo calibre 2 mm	und	1	$ 87,978.00	$ 87,978.00
410001	Pegante industrial AXW	gl	1/4	$ 28,931.00	$ 7,232.75
215005	Tornillos Drywall 1 1/2"	und	28	$ 15.00	$ 420.00
270001	Chazos	und	28	$ 12.00	$ 336.00
550002	Pintura roja viniltex	gl	1/4	$ 63,190.00	$ 15,797.50
550003	Pintura vinilo blanco	gl	1/4	$ 48,264.00	$ 12,066.00
820001	Strech mediano 30 cm	g	600.00	$ 6.64	$ 3,981.34
010001	Bastidores otobo 2 x 4 x 200 cm	und	10.00	$ 1,300.00	$ 13,000.00
810002	Cartón corrugado	m	8.00	$ 950.51	$ 7,604.08
Total materia prima					**$ 231,715.67**
					45.42%

MANO DE OBRA

Proceso	Funcionario	Minutos	Valor minuto	Valor total
Diseño gráfico	Diseñador gráfico	240	$ 86.74	$ 20,818.67
Pulido de MDF y acrílico	Auxiliar de producción	240	$ 80.71	$ 19,369.51
Pintura de MDF				
Empaque	Auxiliar de producción	60	$ 77.51	$ 4,650.71
Total mano de obra		**540**		**$ 44,838.88**
				8.79%

SERVICIOS SUBCONTRATADOS

Servicio	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Servicio corte de MDF	1	$ 45,000.00	$ 45,000.00
Servicio corte de acrílico	1	$ 36,500.00	$ 36,500.00
Servicio de ruteadora	1	$ 36,500.00	$ 36,500.00
Instalación	1	$ 80,000.00	$ 80,000.00
Total servicios subcontratados	**4**		**$ 198,000.00**
			38.81%

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Tasa predeterminada	Costo mano de obra	Total CIF
79.41%	$ 44,838.88	$ 35,606.56
		6.98%

COSTO

Costo total	Cantidad	Costo unitario
$ 510,161.11	1	$ 510,161.11

OBSERVACIONES

PRECIO DE VENTA

Venta total	Cantidad	Valor Unitario
$ 720,000.00	1	$ 720,000.00
Utilidad	$ 209,838.89	29.14%

Elaborado por: **Aprobado por:**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15. Hoja de costos stand góndola Eficacia

		Año	Tipo
destaka tu marca	Página 1 de 2 **Hoja de costos** **Stand góndola Eficacia**	25/10/12	Venta
		OP	Cantidad
		187	1

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Diseño, elaboración y suministro de stand corporativo, área de 6m x 2m para el evento Expertos del Retail Cartagena 2012. Compuesto por estructuras de paredes, pisos, dos muebles verdes, dos puf, un counter, dos sillas altas tipo bar, un porta folletos, impresiones digitales, acometida eléctrica e iluminación.

MATERIA PRIMA

Código	Materiales	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
911001	Lona cuerotex verde	m	7	$ 7.327,59	$ 51.293,10
960001	Espuma 10" lámina de 200 x 100 cm	und	2	$ 47.327,59	$ 94.655,18
213001	Patas	und	4	$ 6.552,00	$ 26.208,00
050003	MDF calibre 15 mm	und	1	$ 60.855,00	$ 60.855,00
230001	Bases para puff en lámina HR y tuberia	und	2	$ 85.000,00	$ 170.000,00
960002	Espuma 5" lámina de 200 x 100 cm	und	1	$ 23.706,90	$ 23.706,90
050003	MDF calibre 15 mm	und	0,5	$ 60.855,00	$ 30.427,50
911002	Lona blanca	m	4	$ 3.879,00	$ 15.516,00
990001	Hilo	m	483	$ 5,00	$ 2.415,00
922001	Silla blanca tipo bar	und	2	$ 67.155,17	$ 134.310,34
040002	Fórmica + MDF 15 mm blanca	und	2	$ 75.943,00	$ 151.886,00
040003	Fórmica + MDF 15 mm verde	und	1	$ 75.943,00	$ 75.943,00
200003	Manija Y	und	2	$ 2.069,00	$ 4.138,00
260003	Chapa	und	2	$ 3.793,00	$ 7.586,00
720001	Balasto 2 x 32	und	2	$ 21.840,00	$ 43.680,00
750003	Tubo iluminación (counter) 1 m	und	1	$ 3.255,00	$ 3.255,00
730001	Cable duplex 2 x 16	m	2	$ 691,00	$ 1.382,00
770001	Toma corriente	und	1	$ 2.790,00	$ 2.790,00
740001	Clavija	und	1	$ 2.002,00	$ 2.002,00
760001	Interruptor	und	1	$ 1.665,00	$ 1.665,00
110005	Acríco blanco opal 120 x 180	und	0,5	$ 61.078,00	$ 30.539,00
917001	Piso azúl rectangular 200 x 100 cm calibre 18 mm	und	2	$ 134.614,00	$ 269.228,00
917002	Piso blanco rectangular 200 x 100 cm calibre 18 mm	und	2	$ 65.092,00	$ 130.184,00
917003	Piso blanco cuadrado 200 x 200 cm calibre 18 mm	und	1	$ 130.184,00	$ 130.184,00
216002	Tubular cuadrado de aluminio 1"x 1" natural	m	42	$ 2.657,80	$ 111.627,81
214001	Portafolletos metálico	und	1	$ 200.000,00	$ 200.000,00
750004	Lámparas de brazo	und	4	$ 25.775,86	$ 103.103,45
010002	Bastidores pino 2 x 1	und	20	$ 4.400,00	$ 88.000,00
050004	MDF calibre 12 mm	und	4	$ 49.209,00	$ 196.836,00
550003	Pintura vinilo blanco	gl	0,5	$ 48.264,00	$ 24.132,00
750005	Lámparas tubo blanca 1,2 mt	und	16	$ 9.482,76	$ 151.724,16
750006	Lámparas tubo blanca 0,9 mt	und	10	$ 9.482,76	$ 94.827,60
330008	Vinilo adhesivo reverso gris	m	2,7	$ 4.608,00	$ 12.441,60
110002	Acrílico cristal mate 120 x 180 cm calibre 2 mm año 2012	und	0,1	$ 78.416,00	$ 7.841,60
110008	Acrílico azul rey 120 x 180 cm calibre 2 mm	und	2	$ 88.040,00	$ 176.080,00
110007	Acrílico negro 120 x 180 cm calibre 2 mm	und	0,5	$ 88.040,00	$ 44.020,00
120004	Poliestireno 200 x 100 cm calibre 60	und	5	$ 21.700,00	$ 108.500,00
310001	Impresión en vinilo blanco laminado mate 93 x 57	cm2	5301	$ 35,00	$ 185.535,00
310002	Impresión en vinilo transparente laminado mate 490 x 112	cm2	54880	$ 3,50	$ 192.080,00
310003	Impresión en vinilo blanco laminado mate 75 x 95	cm2	4875	$ 3,08	$ 15.015,00
310004	Impresión en vinilo transparente laminado mate 103 x 73	cm2	7519	$ 5,11	$ 38.399,53
750008	Kit leds blancos	und	130	$ 2.000,00	$ 260.000,00
750007	Kit leds azules	und	57	$ 2.000,00	$ 114.000,00
780001	Transformadores 12 V	und	2	$ 135.000,00	$ 270.000,00
610003	Cinta DF espuma 3/4"	g	480	$ 112,50	$ 54.000,00
410001	Pegante industrial AXW	gl	1	$ 28.931,00	$ 28.931,00
010001	Bastidores otobo 2 x 4 x 200 cm	und	70	$ 1.300,00	$ 91.000,00
830001	Yumbolón	m	40	$ 3.508,44	$ 140.337,60
820002	Strech grande 50 cm	g	2910	$ 7,49	$ 21.800,00
215005	Tomillos Drywall 1 1/2"	und	600	$ 15,00	$ 9.000,00
	Total materia prima				**$ 4.203.081,38**
					70,91%

Cuadro 15. Hoja de costos stand góndola Eficacia (continuación)

destaka tu marca	Página 2 de 2	Año	Tipo
	Hoja de costos	25/10/12	Venta
	Stand góndola Eficacia	OP	Cantidad
		187	1

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Diseño, elaboración y suministro de stand corporativo, área de 6m x 2m para el evento Expertos del Retail Cartagena 2012. Compuesto por estructuras de paredes, pisos, dos muebles verdes, dos puf, un counter, dos sillas altas tipo bar, un porta folletos, impresiones digitales, acometida eléctrica e iluminación.

MANO DE OBRA

Proceso	Funcionario	Minutos	Valor minuto	Valor total
Diseño industrial	Diseñador industrial	2400	$ 85,46	$ 205.100,78
Diseño gráfico	Diseñador gráfico	600	$ 79,16	$ 47.497,00
Armado de paredes, counter y rejilla	Auxiliar de producción	2400	$ 77,41	$ 185.775,89
	Auxiliar de producción	2400	$ 77,41	$ 185.775,89
Iluminación	Auxiliar de producción 2	1440	$ 92,02	$ 132.512,47
Encantonar letras	Auxiliar de producción 2	480	$ 92,02	$ 44.170,82
Instalación de prueba	Auxiliar de producción	240	$ 63,95	$ 15.347,70
	Auxiliar de producción	240	$ 77,41	$ 18.577,59
Empaque	Auxiliar de producción	480	$ 77,41	$ 37.155,18
	Auxiliar de producción	480	$ 77,41	$ 37.155,18
Total mano de obra		**11160**		**$ 909.068,49**
				15,34%

SERVICIOS SUBCONTRATADOS

Servicio	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Corte láser letras en acrílico "eficacia"	1	$ 32.000,00	$ 32.000,00
Elaboración sofá	1	$ 150.000,00	$ 150.000,00
Elaboración puff	2	$ 50.000,00	$ 100.000,00
Total servicios subcontratados	**4**		**$ 282.000,00**
			4,76%

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Tasa predeterminada	Costo mano de obra	Total CIF
58,69%	$ 909.068,49	**$ 533.532,30**
		9,00%

COSTO

Costo total	Cantidad	Costo unitario
$ 5.927.682,16	1	$ 5.927.682,16

OBSERVACIONES

PRECIO DE VENTA

Venta total	Cantidad	Valor Unitario
$ 19.500.000,00	1	$ 19.500.000,00
Utilidad	$ 13.572.317,84	69,60%

Elaborado por: **Aprobado por:**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 16. Hoja de costos tapete Honda

destaka tu marca	Página 1 de 1 **Hoja de costos** **Tapete Honda**	**Año** 17/09/12	**Tipo** Venta
		OP 179	**Cantidad** 1

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Pieza de comunicación que da la bienvenida al establecimiento; utilizado para reducir la suciedad mantener reluciente el piso de la sala, además de servir como un elemento de reafirmación del nombre de marca.
La dimensión depende del ancho de la puerta, generalmente con un tamaño máximo de 2m X 1m. Tapete atrapamugre de tráfico extrapesado.

MATERIA PRIMA

Código	Materiales	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
910001	Atrapamugre tráfico pesado rojo	cm2	20000	$ 7,41	$ 148.104,00
910002	Atrapamugre tráfico pesado blanco	cm2	3173	$ 7,41	$ 23.496,70
916001	Perfil rojo	cm	600	$ 42,40	$ 25.440,00
410002	Pegante cauchola	ml	93,75	$ 18,03	$ 1.690,00
914001	Papel bond	m	2	$ 163,80	$ 327,60
911003	Lona litoral negra	cm2	5000	$ 0,90	$ 4.500,00
410001	Pegante industrial AXW	gl	0,0625	$ 28.931,00	$ 1.808,19
820001	Strech mediano 30 cm	g	150,00	$ 6,64	$ 995,33
Total materia prima					**$ 206.361,82**
					85,25%

MANO DE OBRA

Proceso	Funcionario	Minutos	Valor minuto	Valor total
Diseño gráfico e impresión de planos	Diseñador gráfico	30	$ 79,16	$ 2.374,85
Corte de material	Auxiliar de producción	120	$ 77,41	$ 9.288,79
Pegado de figuras y letras	Auxiliar de producción	60	$ 77,41	$ 4.644,40
Corte de perfiles	Auxiliar de producción	20	$ 77,41	$ 1.548,13
Pegado de perfiles	Auxiliar de producción	30	$ 77,41	$ 2.322,20
Adhesión de protector al reverso	Auxiliar de producción	20	$ 77,41	$ 1.548,13
Empaque	Auxiliar de producción	10	$ 77,41	$ 774,07
Total mano de obra		**290**		**$ 22.500,57**
				9,30%

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Tasa predeterminada	Costo mano de obra	Total CIF
58,69%	$ 22.500,57	**$ 13.205,59**
		5,46%

COSTO

Costo total	Cantidad	Costo unitario
$ 242.067,98	1	$ 242.067,98

OBSERVACIONES

PRECIO DE VENTA

Venta total	Cantidad	Valor Unitario
$ 390.000,00	1	$ 390.000,00
Utilidad	$ 147.932,02	37,93%

Elaborado por: **Aprobado por:**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 17. Hoja de costos alquiler stand Nagor

		Año	Tipo
destaka tu marca	Página 1 de 1 **Hoja de costos** **Alquiler stand Nagor**	27/09/12	Alquiler
		OP	Cantidad
		181	1

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Elementos de ambientación para stand *Cali Exposhow 2012*. Consta de tres estructuras de paredes, un mueble rojo, dos puf blancos, un mueble cajonero en MDF, un porta folletos, un counter iluminado, una mesa en acrílico, impresiones digitales, pisos, acometida eléctrica e iluminación.

MATERIA PRIMA

Código	Materiales	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
050002	MDF calibre 5 mm	und	9.800	$ 3,50	$ 34.300,00
330009	Vinilo adhesivo gris oracal	cm	75	$ 45,00	$ 3.375,00
330007	Vinilo adhesivo blanco	cm	150	$ 73,50	$ 11.025,00
110006	Acrílico azúl 120 x 180 cm calibre 3 mm	und	2	$ 105.105,00	$ 210.210,00
216003	Tubular cuadrado de aluminio 2"x 1" natural	m	53,20	$ 4.000,00	$ 212.800,00
550003	Pintura vinilo blanco	gl	1/4	$ 48.264,00	$ 12.066,00
050005	MDF 200 x 240 cm calibre 12 mm	und	2	$ 64.500,00	$ 129.000,00
550004	Pintura vinilo azúl	gl	1/4	$ 48.264,00	$ 12.066,00
320001	Impresiones banner 720 DPI 2,44 x 304	und	1	$ 74.200,00	$ 74.200,00
820001	Strech mediano 30 cm	g	2.000	$ 6,64	$ 13.271,12
	Total materia prima				**$ 712.313,12**
					59,16%

MANO DE OBRA

Proceso	Funcionario	Minutos	Valor minuto	Valor total
Diseño industrial	Diseñador industrial 1	120	$ 123,16	$ 14.779,08
Diseño gráfico	Diseñador gráfico	60	$ 79,16	$ 4.749,70
Alistamiento de muebles	Servicios generales	240	$ 66,06	$ 15.855,38
Alistamiento de pisos	Servicios generales	120	$ 66,06	$ 7.927,69
Armado de paredes laterales	Auxiliar de producción	240	$ 77,41	$ 18.577,59
Armado de paredes laterales	Auxiliar de producción	240	$ 63,95	$ 15.347,70
Pared trasera azúl	Auxiliar de producción	480	$ 77,41	$ 37.155,18
Pared trasera azúl	Auxiliar de producción	480	$ 63,95	$ 30.695,40
Transporte	Auxiliar de producción / Motorista	120	$ 78,66	$ 9.438,79
Transporte	Auxiliar de producción	120	$ 77,41	$ 9.288,79
Transporte	Auxiliar de producción	120	$ 63,95	$ 7.673,85
Instalación	Auxiliar de producción	480	$ 77,41	$ 37.155,18
Instalación	Auxiliar de producción	480	$ 63,95	$ 30.695,40
Desmonte	Auxiliar de producción / Motorista	180	$ 78,66	$ 14.158,19
Desmonte	Auxiliar de producción	180	$ 77,41	$ 13.933,19
Transporte	Auxiliar de producción / Motorista	90	$ 78,66	$ 7.079,10
Transporte	Auxiliar de producción	90	$ 77,41	$ 6.966,60
Total mano de obra		**3840**		**$ 281.476,81**
				23,38%

SERVICIOS SUBCONTRATADOS

Servicio	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Corte de MDF	1	$ 45.000,00	$ 45.000,00
Total servicios subcontratados	**1**		**$ 45.000**
			3,74%

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Tasa predeterminada	Costo mano de obra	Total CIF
58,69%	$ 281.476,81	**$ 165.198,74**
		13,72%

COSTO

Costo total	Cantidad	Costo unitario
$ 1.203.988,67	1	$ 1.203.988,67

OBSERVACIONES

PRECIO DE VENTA

Venta total	Cantidad	Valor Unitario
$ 3.320.000	1	$ 3.320.000
Utilidad	$ 2.116.011,33	63,74%

Elaborado por: **Aprobado por:**

Fuente: elaboración propia

Cuadro 18. Hoja de costos diseño gráfico Viajar por Colombia y el mundo

destaka tu marca	Página 1 de 1 **Hoja de costos** **Diseño gráfico viajar por Colombia y el Mundo**	**Año**	**Tipo**
		15/11/12	Venta
		OP	**Cantidad**
		193	1

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

10 artes de pasadías con destinos varios a nivel nacional, animada y editable.
Se presentan y aprueban 8 referencias para destinos de pasadías, correspondientes a: Powerpoint editable y animados. Las referencias son: Nevado del Ruiz, Popayan, Los Viñedos, Las haciendas/Buga, balsaje rio La Vieja, Ladrilleros, La recuca, Salento y Valle del Cócora, Termales de Santa Rosa y eje cafetero.

MATERIA PRIMA

Código	Materiales	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
950001	CD	und	1	$ 700,00	$ 700,00
	Total materia prima				**$ 700,00**
					0,92%

MANO DE OBRA

Proceso	Funcionario	Minutos	Valor minuto	Valor total
Diseño	Diseñador gráfico	$ 600,00	$ 79,16	$ 47.497,00
Total mano de obra		**600**		**$ 47.497,00**
				62,44%

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Tasa predeterminada	Costo mano de obra	Total CIF
58,69%	$ 47.497,00	**$ 27.875,99**
		36,64%

COSTO

Costo total	Cantidad	Costo unitario
$ 76.072,99	1	$ 76.072,99

OBSERVACIONES

PRECIO DE VENTA

Venta total	Cantidad	Valor Unitario
$ 640.000,00	1	$ 640.000
Utilidad	$ 563.927,01	88,11%

Elaborado por: **Aprobado por:**

Fuente: elaboración propia

9.2. CENTROS DE COSTOS PROPUESTOS EN EL PROCESO PRODUCTIVO.

La empresa debe establecer en el proceso productivo unos centros de costos (CC), para que en cada uno de ellos se realice el respectivo estudio y se establezca una tasa CIF aplicable a cada producto que pasa por allí. Según nuestra visualización en la compañía se proponen los siguientes:

- Diseño Gráfico: Es el área donde se genera la comunicación visual de la idea de marca que el cliente quiere transmitir.

- Diseño Industrial: En esta área se da realismo al producto desarrollado dándole estética y funcionabilidad.

- Carpintería: Es el lugar donde se trabaja la madera y sus derivados, el objetivo es cambiar la forma física de la materia prima para crear las formas requeridas por el cliente.

- Pintura: Como su nombre lo indica en esta área se realizan los procesos de pintura de todas las piezas que lo requieran, reflejando los colores de la marca.

- Acrílicos, poliestirenos y sus formas: Es el lugar donde se trabaja los plásticos y sus derivados, el objetivo es cambiar su forma física para crear las formas requeridas por el cliente.

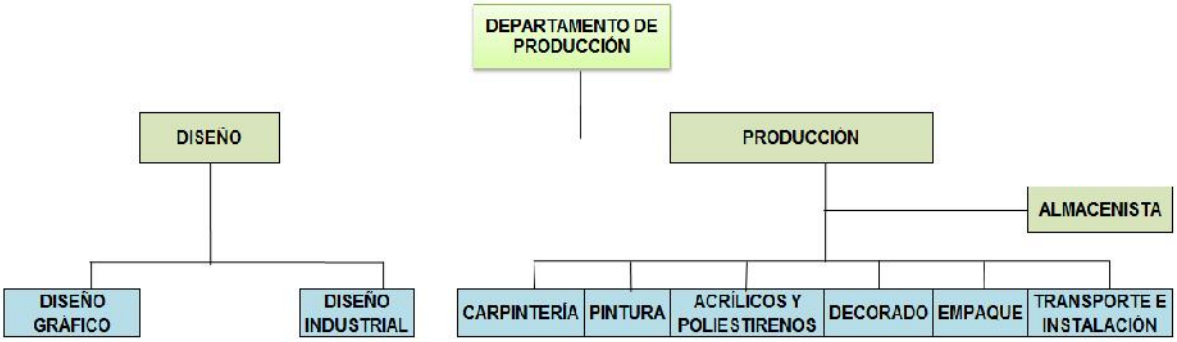
- Decorado: En esta área se realiza la personalización del producto, es la última etapa del proceso productivo.

- Empaque: Una vez listo el producto, ésta área se encarga de empacarlo, protegiéndolo para que llegue a su destino final en perfectas condiciones.

- Transporte e Instalación: Es el área encargada de la entrega e instalación de los productos en la ubicación requerida por el cliente.

De acuerdo con estos centros de costos se propone el siguiente organigrama para el área de producción.

Organigrama 3. Organigrama del Área de Producción por centros de costos propuesto para la empresa Grupo Destaka tu Marca SAS



Con la colaboración del área contable, productiva y gerencial se puede obtener la tasa CIF por centro de costos de la siguiente manera:

- Analizar la depreciación de las herramientas y las máquinas utilizadas en cada centro de costos.

- El costo de arrendamiento se asigna con base a la distribución del espacio que ocupa cada centro de costos, en metros cuadrados, con relación al tamaño total de la empresa.

- Para el costo de los servicios públicos es necesario analizar el consumo de kilovatios por cada herramienta y máquina, lo cual se lograría con la ayuda de un ingeniero eléctrico.

- Para el costo de mantenimiento de la maquinaria y la póliza de seguros, se analiza dependiendo de las herramientas utilizadas en ese centro de costos, el valor de cada equipo y se debe establecer una periodicidad en mantenimiento de cada equipo.

- Los costos de los combustibles y lubricantes, se debería aplicar sólo en el centro de costos de Transporte.

De igual manera aplicaría para los otros costos indirectos que estén implicados en cada centro de costos. Una vez identificados se debe determinar el método a utilizar para precisar su aplicación. Finalmente, aquellos CIF a los cuales no se les puede realizar este proceso, como el alumbrado público, servicio de aseo, capacitaciones, celulares, casino y demás, distribuirlos equitativamente a cada centro de costos, para hallar la tasa final en cada uno de ellos.

Esta propuesta no se logró desarrollar principalmente por falta de disponibilidad de tiempo de los funcionarios de la compañía, así que se establece como una opción que se puede explotar en un futuro cercano.

9.3. POLÍTICAS DE CONTROL INTERNO

La compañía debe aplicar una serie de políticas de control interno en el proceso productivo y contable para que estos sean más eficientes; según nuestro estudio y resultados son las siguientes:

Área de Diseño

- Los diseñadores, usarán el formato de Orden de Producción para plasmar los detalles y artes de cada proyecto.

- Los diseñadores, usarán el formato de Ficha Técnica para plasmar los detalles técnicos y medidas de cada proyecto.

Área de Producción

- Se debe realizar un mantenimiento periódico establecido a cada uno de las herramientas, máquinas y activos fijos de la empresa.

- Se usará el formato de Hoja de Costos, que resume el costo total de la producción de algún proyecto. Proceso llevado a cabo por el Jefe de producción o quien haga las veces.

- Se usarán el formato de Distribución de horas nómina por Orden de Producción, para conocer el consumo de horas nómina en cada proyecto.

- Los daños de materiales y/o herramientas que realicen los funcionarios por negligencia serán descontados de su sueldo, sólo si existe previa autorización por parte del funcionario.

- Se deben utilizar los elementos de protección personal y la dotación en cada función que lo requiera.

- El material sobrante deberá ser reciclado y/o vendido como chatarra.

- El orden y la limpieza del área de trabajo está a cargo de cada persona en su lugar de trabajo.

Almacén

- Se efectuarán conteos periódicos trimestrales como mínimo de los inventarios físicos, comparándolo con los que arroje el sistema, para realizar los respectivos ajustes.

- El almacenista entregará materiales y suministros desde las 8 hasta las 9 horas y desde las 13 hasta las 14 horas del día.

- La persona que requiera algún material así no esté en inventario, deberá solicitarlo al Almacén, mediante el uso del formato “Requisición de Materiales y suministros”.

- El formato de Kárdex en Excel, lo usará el almacenista para controlar la existencia de algunos materiales, repuestos y accesorios de difícil medición que contablemente se manejarán como CIF y la materia prima se llevará su control por medio del Kárdex que opera el software contable.

- Las requisiciones de materiales, serán cargadas a la OP correspondiente diariamente, proceso llevado a cabo por el Jefe de Producción y a falta de éste por el almacenista.

- A los consumos internos de materiales, se les debe realizar la respectiva salida del almacén e informar a contabilidad donde se dará el tratamiento contable correspondiente.

Área de Contabilidad

- Una vez el proveedor entregue la materia prima solicitada en la bodega de la empresa o se reclame en el punto de venta, inmediatamente el encargado del área contable, hará el respectivo ingreso de la factura o remisión en el sistema, y una copia será enviada al Almacén para su registro.

- Cada artículo de materia prima, debe tener su código específico en el sistema, clasificado por el tipo de artículo.

Toda la empresa

- El Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial para aplicar en cada proceso productivo correspondiente. Previamente debe desarrollarse.

- Se realizarán exámenes de salud ocupacional al personal en proceso de vinculación laboral con la empresa, para evitar contratación de personal no apto para desempeñar el cargo.

9.4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Para este proyecto se tomaron para su estudio diez productos que vende la empresa, contenidos en diez órdenes de producción (OP) distintas, se trata de ocho artículos y dos servicios, los cuales fueron analizados para ejemplificar el manejo del sistema de costos por órdenes de producción propuesto y para evidenciar cual fue la diferencia entre la utilidad registrada por la empresa y la obtenida en nuestro estudio por cada OP.

En el cuadro 19 se puede observar la diferencia encontrada entre los costos de producción de cada uno de los productos seleccionados, teniendo en cuenta el costeo tradicional aplicado en el proyecto (valores tomados de las Hojas de Costos) y el costo que la empresa tomaba, correspondiente al 60% del valor de la venta, encontrando grandes diferencias en el 40% de los productos, un 30% con una diferencia menos representativa y el 30% presenta una diferencia mínima.

Cuadro 19. Comparativo costos obtenidos y costos aplicados por la empresa

Grupo Destaka tu Marca SAS Comparativo costos obtenidos y costos aplicado por la empresa				
Producto	Costo Tradicional	Costo aplicado por la empresa	Variación	
			Valor	Porcentaje
Señalización Edificio Santa Mónica Central PH	125.546,19	133.000,00	-7.453,81	-5,94%
Take one multicatálogo Honda giratorio	5.116.455,75	3.000.000,00	2.116.455,75	41,37%
Atril motos Honda	1.122.773,99	1.138.280,00	-15.506,01	-1,38%
Carro de degustación Enriko	6.801.162,33	6.013.563,00	787.599,33	11,58%
Vitrina Nutrifactor	1.238.809,73	576.408,00	662.401,73	53,47%
Logotipo ala Honda	510.161,11	504.000,00	6.161,11	1,21%
Stand góndola Eficacia	5.927.682,16	7.000.000,00	-1.072.317,84	-18,09%
Tapete Honda	242.067,98	185.000,00	57.067,98	23,58%
Alquiler stand Nagor	1.203.988,67	0,00	1.203.988,67	100,00%
Diseño gráfico viajar por Colombia y el Mundo	76.072,99	0,00	76.072,99	100,00%

Fuente: elaboración propia basado en información de la empresa

Estos resultados indican que la información que la empresa está generando respecto a los costos de producción está errada y no son fuente confiable para determinar precios de venta.

Las diferencias se presentan ya que la empresa no tiene en cuenta elementos importantes tales como la mano de obra y los costos indirectos, generalmente se lleva al costo de cada producto sólo el costo de la materia prima, y de manera incompleta.

De acuerdo con las diferencias encontradas se puede observar que la empresa se ve afectada, pues el estudio muestra que el 70% de los productos presenta costos superiores a los contabilizados.

Lo anterior implica que los márgenes de utilidad que la empresa tenía, de acuerdo con la información generada por el sistema, no es correcta. Para determinar el margen de error que se presenta, a continuación se muestra la utilidad obtenida,

tanto con el costeo tradicional aplicado en este proyecto y el costo contabilizado por la empresa.

Por política la empresa tiene un margen mínimo de utilidad que es de un 30%, de acuerdo con el cuadro 20, en el costeo tradicional el 60% de los productos cumplen con esta política, mientras que en los costos contabilizados por la empresa el 90% cumple con la política y de estos productos el 20% tienen una utilidad del 100%; es decir que no se incurrió en ningún costo para su producción.

Cuadro 20. Comparativo costos obtenidos y precios de ventas

Grupo Destaka tu Marca SAS Comparativo margen de utilidad según costos obtenidos y costos aplicados por la empresa								
Producto	Precio de venta	Costo Tradicional			Costo aplicado por la empresa			Variación
		Costo	Utilidad	Porcentaje	Costo	Utilidad	Porcentaje	
Señalización Edificio Santa Mónica Central PH	190.000,00	125.546,19	64.453,81	33,92%	133.000,00	57.000,00	30,00%	3,92%
Take one multicatálogo Honda giratorio	6.600.000,00	5.116.455,75	1.483.544,25	22,48%	3.000.000,00	3.600.000,00	54,55%	-32,07%
Atril motos Honda	1.500.000,00	1.122.773,99	377.226,01	25,15%	1.138.280,00	361.720,00	24,11%	1,03%
Carro de degustación Enriko	13.350.000,00	6.801.162,33	6.548.837,67	49,05%	6.013.563,00	7.336.437,00	54,95%	-5,90%
Vitrina Nutrifactor	1.500.000,00	1.238.809,73	261.190,27	17,41%	576.408,00	923.592,00	61,57%	-44,16%
Logotipo ala Honda	720.000,00	510.161,11	209.838,89	29,14%	504.000,00	216.000,00	30,00%	-0,86%
Stand góndola Eficacia	19.500.000,00	5.927.682,16	13.572.317,84	69,60%	7.000.000,00	12.500.000,00	64,10%	5,50%
Tapete Honda	390.000,00	242.067,98	147.932,02	37,93%	185.000,00	205.000,00	52,56%	-14,63%
Alquiler stand Nagor	3.320.000,00	1.203.988,67	2.116.011,33	63,74%	0,00	3.320.000,00	100,00%	-36,26%
Diseño gráfico viajar por Colombia y el Mundo	640.000,00	76.072,99	563.927,01	88,11%	0,00	640.000,00	100,00%	-11,89%

Fuente: elaboración propia basado en información de la empresa

La principal consecuencia de la aplicación inadecuada de los costos radica en que la empresa considera que todos los productos son muy rentables, cuando la realidad muestra otra situación, de no realizar las respectivas correcciones se incurre en el error, llegando a producir pérdidas para la compañía.

Estos resultados muestran la importancia de implementar un adecuado sistema de costos, sistema que deberá ser revisado continuamente buscando la forma de

acercarse cada vez a un costo más real, que permita garantizar el margen mínimo y establecer un precio de venta competitivo, pues puede presentarse el caso de que se llegue a sobreestimar el costo y como consecuencia el precio de venta, lo cual no sería muy atractivo para los clientes.

10. CONCLUSIONES

La aplicación de un sistema de costeo dentro de una compañía permite a sus directivos conocer durante el proceso productivo los costos en los que se incurren y de esta manera tener un control sobre estos y en las situaciones que se requieran reaccionar de manera inmediata para evitar sobrecostos.

Por otra parte permite realizar mejores presupuestos con bases reales para nuevas producciones de artículos iguales o con características similares.

Un sistema de costeo bien aplicado genera información relevante a través de distintos informes que muestran la situación real de la empresa en diferentes periodos lo cual permite tomar decisiones a corto y largo plazo.

Se puede establecer que existe una variación relevante entre el costo hallado mediante nuestro sistema y metodología aplicada y el costo aplicado por la empresa, variación que radica principalmente en el costo de la mano de obra y en los costos indirectos de fabricación, los cuales prácticamente no son tenidos en cuenta.

En el inicio del proyecto se pudo identificar una debilidad en la asignación del costo de la materia prima, ya que no existía un inventario sistematizado que permitiera trasladar a los productos el costo correspondiente y tampoco había un control que permitiera determinar fácilmente las materias primas utilizadas en cada orden de producción, debilidad que poco a poco se ha ido superando y permite en las nuevas producciones tener control sobre ellas.

Por su parte la asignación de la mano de obra también presenta debilidades ya que por la cantidad de trabajo y la distribución de actividades, no es fácil controlar

el tiempo utilizado en los procesos de cada OP, para lo cual se sugiere un formato que permita realizar este control.

En cuanto a la asignación de los CIF, tampoco se tenían en cuenta al momento de elaborar las cotizaciones a los clientes, arrojando un precio de venta sobre un costo mal elaborado. No eran tenidos en cuenta los servicios públicos, los materiales menores como pinturas, cintas, tornillería, mantenimiento de maquinaria y equipo, combustibles, arrendamientos y fletes, entre otros. Tampoco es tenida en cuenta la mano de obra del personal de diseño, quienes crean el arte en un software de tipo especial que posteriormente los auxiliares de producción fabrican con materiales tangibles, éste personal es considerado erróneamente como un gasto administrativo. Ahora la empresa debe considerar la tasa CIF para la presentación de cotizaciones.

Tienen un software contable subutilizado que debería ser aprovechado para controlar mejor cada orden de producción y estimar el precio de venta correcto que para la empresa genere un margen de utilidad del 35%, según lo que manifiestan sus dueños.

Se evidencia que en ocasiones los funcionarios tanto del área productiva, como administrativa, se sienten presionados con la carga laboral o desmotivados en ciertos momentos de su trabajo.

Los funcionarios de producción no se guían bien con los formatos y sus explicaciones que acerca de cada proyecto elaboran los diseñadores.

Se observan algunos tipos de materiales que desde hace bastante tiempo no se usan, y con el tiempo pueden deteriorarse.

En cuanto al producto final Grupo Destaka tu Marca SAS, es una empresa que está en proceso de definición de sus procesos productivos y aunque cuenta con el personal idóneo para el manejo de estos, requiere de un líder que pueda controlar estos procesos y proporcione la información que se requiere para el manejo del sistema de costos. Según lo evidenciado, el área productiva no ha logrado contar con un líder, un jefe de producción que controle cada proceso, que planee, dirija y visualice las posibles fortalezas y debilidades del proceso productivo, y sobre todo que sea independiente en su labor; se observa la participación excesiva de la gerencia general en labores productivas. Como nos indicaron los directivos, se contrató en dos ocasiones a una persona, para desempeñarse como jefe de producción, pero ninguno de estos cumplió con las expectativas, y se considera necesario que se ocupe este cargo dentro de la compañía.

Algunos clientes pierden fidelidad con la empresa, y debería ser al contrario.

Cualquier costo que se genere para el área productiva se carga contablemente de manera errada la cuenta de costos 72, cuando esta tiene como nombre mano de obra directa.

Se muestra una tendencia de crecimiento en las ventas, reflejando que el negocio es dinámico y tiene un potencial interesante.

11. RECOMENDACIONES

A continuación se relacionan las recomendaciones que se deben aplicar para mejorar los procesos de la empresa.

- Se recomienda que de manera inmediata se apliquen todas o algunas de las sugerencias y metodologías realizadas en el presente proyecto con el fin de consolidar un sistema de costos para la empresa.

- Se recomienda que durante el transcurso de la producción cada funcionario diligencie el formato 4 de “Requisición de Materiales e Insumos”, para hacer solicitud al Almacén de los insumos que requiere en el desarrollo del proyecto.

- Utilizar el formato 5 para conocer cuantas horas de mano de obra directa (incluyendo las horas de los diseñadores) deben aplicarse a cada OP.

- Durante la revisión del registro contable de algunas causaciones de CIF, se encuentra que el valor del arrendamiento del local y el de los servicios públicos, se hace de manera porcentual con un 30% como Gasto administrativo y el restante 70% como un costo indirecto de producción. Aquí sugerimos una mejora en esta asignación, puesto que el local contiene las oficinas, la bodega y la fábrica; y conociendo el área física que ocupa la parte administrativa, se puede estimar fácilmente que es menor al 30%, y según las medidas obtenidas el local tiene 276 m^2 y la parte física que ocupa el área administrativa es de 18 $m^{2,}$ representando sólo el 6.5% del área total y adicionando un estimado de 8 m^2 al compartir áreas como la cocineta, baños y pasillos, finalmente se tiene que el área ocupada es de 26 m^2, que porcentualmente se puede redondear a 10%.

De acuerdo con lo anterior, sugerimos que al distribuir CIF como son servicios públicos, vigilancia y arrendamientos, se realicen en 10% y 90% para el área de administración y producción, respectivamente.

Por otra parte en la contabilización de los seguros, se carga todo el costo a la producción, y leyendo la póliza de seguros se encuentra que esta ampara la totalidad del local comercial, de esta manera el área administrativa tiene un cubrimiento en caso de algún siniestro como robo, incendio o terremoto; aquí también se puede tomar el porcentaje obtenido y explicado anteriormente.

En el servicio de internet, se observa en los registros que se contabiliza 30% y 70% como el caso del arrendamiento, aquí se recomienda hacer la aplicación al gasto según la cantidad de equipos de cómputo del área administrativa y como costo de producción, la cantidad de equipos de cómputo del área productiva. De esta manera se tiene que son 8 equipos en total, 4 del área de administración y 4 de producción, la correcta distribución del servicio de internet es de 50% y 50%.

- Utilizar en las cotizaciones, la tasa presupuestada de CIF que se obtiene de un análisis del comportamiento de los costos, donde se observa que los CIF indirectos tienen un comportamiento que se puede asociar con el tiempo de mano de obra directa invertido en la producción, y este corresponde a un 79,41% para el año 2013 y cada semestre calcularla nuevamente, observando el porqué de la variación y aplicándola en los siguientes seis meses.

- Disponer con profesionalismo del software contable Siesa Pymes v5, o su actual sucesor el Pymes+ v1, principalmente en su módulo de producción para mejorar el registro, proceso, almacenamiento y generación de información.

- Fortalecer el trabajo en equipo y las relaciones interpersonales mediante actividades lúdicas y recreativas, para mejorar los temas de motivación, comunicación, y mentalidad positiva.

- Seguir las indicaciones precisas de manufactura que se expiden desde el Departamento de Diseño.

- Se recomienda realizar compras de inventario prudentes, para no tener exceso de inventario que no se utilizan, lo cual afecta el flujo de caja y ocupa espacio en el Almacén.

.

- Contratación de un funcionario con independencia, conocimiento, academia y liderazgo que haga las veces de jefe de producción, para alivianar el desequilibrio de labores del gerente general.

- Se recomienda diseñar un formato de satisfacción del servicio prestado y/o producto vendido, con el fin de ampliar la concepción final del cliente y aprender más de cada proyecto.

- Se recomienda a la empresa sólo utilizar la cuenta 72 para registrar valores de Mano de Obra Directa como lo manda el Plan Único de Cuenta vigente en Colombia y no utilizarla como la única cuenta que maneja de costos producción, ignorando el uso de las cuentas 71, 73 y 74.

- El plan de producción deberá dar prioridad a los pedidos en firme conocidos según su fecha de entrega; y así las operaciones se mantendrán a niveles que permitan la mejor utilización del personal de producción.

- A pesar de los crecientes volúmenes de venta, es recomendable que la gerencia no se confíe demasiado, ya que el mercado es muy inestable y con las nuevas políticas financieras, fiscales nacionales y el impacto de la globalización, puede ocurrir cualquier eventualidad, razón por la cual no se puede descuidar la gestión comercial, el mercadeo, la búsqueda de nuevos clientes y la ampliación o perfeccionando de las líneas de venta.

12. BIBLIOGRAFÍA

ANGEL URUEÑA, Carlos Alberto. Notas de clase para el curso Procesos de Costos II. Colombia, 2010.

ARIAS TOBON, Hernán De Jesús, AGUDELO FERNANDEZ, Orlando, Diseño de un sistema de información de costos para una empresa químico-farmacéutica-veterinaria. Tesis. Colombia, 1995

ARROYAVE MARIN, Adriana. BURITICA VELEZ, Juan Guillermo. Trabajo de Grado: Implementación de un sistema de costos por órdenes de producción. Universidad tecnológica de Pereira. Colombia. 2007. Internet:http://recursosbiblioteca.utp.edu.co/tesisdigitales/texto/658155A779.pdf

BUNGE, M. (1999). Diccionario de Filosofía. Ciudad de México: Siglo XXI.

CORTEZ PRIETO, Alexander. Informe académico derivado de actividades laborales. Tesis Universidad del Valle. Colombia. 2006.

Decreto 2649 del 29 de Diciembre de 1993. Por el cual se reglamenta la contabilidad en general y se expiden los principios o normas de contabilidad generalmente aceptados en Colombia.

Decreto 2650 del 29 de Diciembre de 1993. Por el cual se modifica el plan único de cuentas para los comerciantes.

Decretos 2663 y 3743 de 1953. Por el cual se expide el Código Sustantivo del Trabajo.

Decreto 410 del 27 de Marzo de 1971. Por el cual se expide el Código de Comercio.

DELGADILLO, Rodríguez Diego Israel (2001). El sistema de información contable. Ed. Artes Gráficas del Valle Editores – Impresores Ltda.

GARCIA Jeimy, MONCADA ORTIZ Carolina, NIETO ZABALA Pilar, Diseño de un sistema por órdenes de producción en JCT Empresarial SA de la ciudad de Cali. Tesis. 2011

GAYLE RAYBURN, Letricia. Contabilidad y Administración de Costos Sexta edición. McGRAW-HILL Interamericana Editores S.A de C.V. México. 1999.

GOMEZ BRAVO, Oscar. Contabilidad de Costos. 4ta Edición. Editorial Mac Graw Hill. Bogotá. 2003.

HANSEN, Don R. MOWEN, Maryanne M. Administración de costos Contabilidad y control. International Thomson Editores, S.A. de C.V. México 1996.

HARGADON, Bernard J. Jr. MUNERA CARDENAS, Armando. Contabilidad de Costos. Editorial Norma S.A. Colombia. 1988.

HARRINGTON, James. Mejoramiento de los procesos de la empresa. McGraw-Hill. 1993.

HORNGREN, Charles T. FOSTER, George. DATAR, Srikant M. Contabilidad de costos. Un enfoque gerencial. Pearson Educación. México. 2002.

HORGREN, Charles T. SUNDEM, Gary L. STRATTON, William O. Contabilidad Administrativa. Pearson Educación. México. 2006. Internet: http://books.google.com.co

JARAMILLO, Ana María. Información de Prensa. ACBTL. Febrero 15 de 2013.

LE MOIGNE, J. L. (1990). La Théorie du Systéme General: Théorie de la Modelisation. París: Presses Universitaires.

MENDEZ, Carlos Eduardo. Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. 4 ed. Limusa / Noriega. México. 2008.

MONTAÑO OROZCO, Edilberto. Fundamentos de control, auditoria y revisoría fiscal. Editorial Artes Gráficas del Valle Ltda. Colombia. 2011.

PÉREZ, CASTAÑO Marta. Guía práctica de planeación estratégica. Ed. Universidad del Valle. 1990

POLIMENI, Ralph S. Contabilidad de costos: conceptos y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales. McGraw-Hill Interamericana. 3 ed. Colombia. 1994.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, Diccionario de la Lengua. Ed. 2012.

SABINO, Carlos. El proceso de investigación. El Cid Editor, 1996.

SINISTERRA VALENCIA, Gonzalo, Contabilidad de costos. Ecoe Ediciones. Colombia. 2006.

TENORIO TORO, Alfonso. SÁNCHEZ POLINDARA, Alejandra. Implantación de un sistema de costos por orden de trabajo en la empresa Metaloriente Ltda. Universidad del Valle. Colombia. Tesis. 2007.

VERGARA VARGAS, Cristian Camilo. BTL Factores de Éxito. Revista P&M. Agosto 2012. http://www.revistapym.com.co/btl-colombia.

ENLACES VIRTUALES

http://www.infobrand.com.ar/notas/695-Branding-emocional

http://uprl.unizar.es/seguridad/lugaresdoc/senalizacion.pdf

http://www.destakatumarca.com

http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/sistemas-costo-procesos-ordenes-trabajo.htm.

Página web Asociación Colombiana de BTL - ACBTL http://www.acbtl.org/

Página web Agencia de publicidad 4 puntos Revolución en Diseño http://4puntos.com/noticias/diseno/130.html

13. ANEXOS

Anexo A. Archivo fotográfico señalización Edificio Santa Mónica Central PH

Fuente: tomado del archivo de la empresa

Anexo B. Archivo fotográfico take one multicatálogo Honda

Fuente: tomado del archivo de la empresa

Anexo C. Archivo fotográfico atril motos Honda

Fuente: tomado del archivo de la empresa

Anexo D. Archivo fotográfico carro de degustación Enriko

Fuente: tomado del archivo de la empresa

Anexo E. Archivo fotográfico vitrina Nutrifactor

Fuente: tomado del archivo de la empresa

Anexo F. Archivo fotográfico logotipo ala Honda

Fuente: tomado del archivo de la empresa

Anexo G. Archivo fotográfico stand góndola Eficacia

Fuente: tomado del archivo de la empresa

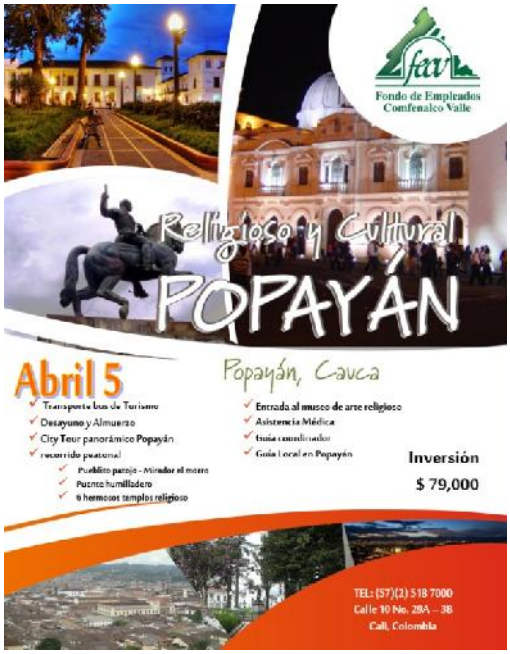
Anexo H. Archivo fotográfico tapete Honda

Fuente: tomado del archivo de la empresa

Anexo I. Archivo fotográfico alquiler stand Nagor

Fuente: tomado del archivo de la empresa

Anexo J. Archivo fotográfico diseño gráfico Viajar por Colombia y el mundo



Fuente: tomado del archivo de la empresa

Anexo K. Inventario de materia prima

Código	Línea	Código	Línea				
0	Madera	5	Pinturas, disolventes	und:	unidad	ml:	mililitro
1	Acrílicos	6	Cintas	m:	metro	lb:	libra
2	Metales	7	Iluminación	gl:	galón	gl:	galón
3	Vinilos, banner	8	Empaque	cm:	centímetro	kg:	kilogramo
4	Pegantes	9	Otros	cm2:	centímetro cuadrado		

Inventario de materia prima

Código	Descripción	Medida	Valor unitario	Cantidad	Valor total
010001	Bastidores otobo 2 x 4 x 200 cm	und	$ 1,300.00	80.00	$ 104,000.00
010002	Bastidores pino 2 x 1	und	$ 4,400.00	20.00	$ 88,000.00
020001	Chapillas 40 cm x 200 cm	cm	$ 131.12	200.00	$ 26,224.14
040001	Fórmica blanco 122 x 244 cm	cm2	$ 0.64	86,376.00	$ 55,116.64
040002	Fórmica + MDF 15 mm blanca	und	$ 75,943.00	2.00	$ 151,886.00
040003	Fórmica + MDF 15 mm verde	und	$ 75,943.00	1.00	$ 75,943.00
050001	MDF 212 x 244 cm calibre 5.5 mm	cm2	$ 1.66	51,728.00	$ 85,806.00
050002	MDF calibre 5 mm	cm2	$ 3.50	23,800.00	$ 83,300.00
050003	MDF calibre 15 mm	und	$ 60,855.00	1.50	$ 91,282.50
050004	MDF calibre 12 mm	und	$ 49,209.00	4.00	$ 196,836.00
050005	MDF 200 x 240 cm calibre 12 mm	und	$ 64,500.00	2.00	$ 129,000.00
070001	Melamínico blanco 1830 x 2500 cms calibre 15	und	$ 113,724.00	1.00	$ 113,724.00
110001	Acrílico cristal 120 x 180 cm calibre 2 mm	cm2	$ 4.88	21,600.00	$ 105,300.00
110002	Acrílico cristal mate 120 x 180 cm calibre 2 mm año 2012	und	$ 78,416.00	6.50	$ 509,704.00
110003	Acrílico cristal mate 120 x 180 cm calibre 2 mm año 2013	und	$ 80,600.00	1.50	$ 120,900.00
110004	Acrílico rojo calibre 2 mm	und	$ 87,978.00	1.00	$ 87,978.00
110005	Acríco blanco opal 120 x 180	und	$ 61,078.00	1.00	$ 61,078.00
110006	Acrílico azúl 120 x 180 cm calibre 3 mm	und	$ 105,105.00	2.00	$ 210,210.00
110007	Acrílico negro 120 x 180 cm calibre 2 mm	und	$ 88,040.00	0.50	$ 44,020.00
110008	Acrílico azul rey 120 x 180 cm calibre 2 mm	und	$ 88,040.00	2.00	$ 176,080.00
120001	Poliestireno rojo calibre 100	und	$ 39,074.00	22.00	$ 859,628.00
120002	Poliestireno negro calibre 40	und	$ 14,412.00	9.00	$ 129,708.00
120003	Poliestireno negro liso 100 x 200 cm calibre 100	und	$ 34,662.00	1.00	$ 34,662.00
120004	Poliestireno 200 x 100 cm calibre 60	und	$ 21,700.00	5.00	$ 108,500.00
200001	Manijas clásicas	und	$ 1,244.67	15.00	$ 18,670.00
200002	Manija X	und	$ 1,035.00	2.00	$ 2,070.00
200003	Manija Y	und	$ 2,069.00	2.00	$ 4,138.00
210001	Aluminio lámina lisa 100 x 200 cm calibre 2 mm	cm	$ 630.00	200.00	$ 126,000.00
211001	Micos	und	$ 700.00	8.00	$ 5,600.00
212001	Niveladores	und	$ 370.00	40.00	$ 14,800.00
213001	Patas	und	$ 6,552.00	4.00	$ 26,208.00
214001	Portafolletos metálico	und	$ 200,000.00	1.00	$ 200,000.00
215001	Tornillo goloso 1"	und	$ 80.00	201.00	$ 16,080.00
215002	Tornillos pan 1/2"	und	$ 12.00	80.00	$ 960.00
215003	Tornillos pan 1" x 8	und	$ 16.00	45.00	$ 720.00
215004	Tornillos Drywall 1"	und	$ 14.00	60.00	$ 840.00
215005	Tornillos Drywall 1 1/2"	und	$ 15.00	600.00	$ 9,000.00
216001	Tubular redondo tornillo gris plata	und	$ 12,000.00	10.00	$ 120,000.00
216002	Tubular cuadrado de aluminio 1"x 1" natural	m	$ 2,657.80	42.00	$ 111,627.81
216003	Tubular cuadrado de aluminio 2"x 1" natural	m	$ 4,000.00	53.20	$ 212,800.00
217001	Tuerca 1/4 de lujo	und	$ 20.00	201.00	$ 4,020.00
220001	Arandelas zincadas	und	$ 80.00	30.00	$ 2,400.00
230001	Bases para puff en lámina HR y tuberia	und	$ 85,000.00	2.00	$ 170,000.00
240001	Bisagras para vidrio	und	$ 2,648.00	4.00	$ 10,592.00
250001	Cadena cuadrada niquel	m	$ 1,293.00	10.50	$ 13,576.50
260001	Cerradura guantera	und	$ 3,793.20	15.00	$ 56,898.00
260002	Chapas para vidrio	und	$ 4,870.00	2.00	$ 9,740.00

Anexo K. Inventario de materia prima (continuación)

Código	Línea	Código	Línea				
0	Madera	5	Pinturas, disolventes	und:	unidad	ml:	mililitro
1	Acrílicos	6	Cintas	m:	metro	lb:	libra
2	Metales	7	Iluminación	gl:	galón	gl:	galón
3	Vinilos, banner	8	Empaque	cm:	centímetro	kg:	kilogramo
4	Pegantes	9	Otros	cm2:	centímetro cuadrado		

Inventario de materia prima

Código	Descripción	Medida	Valor unitario	Cantidad	Valor total
260003	Chapa	und	$ 3.793,00	2,00	$ 7.586,00
270001	Chazos	und	$ 12,00	28,00	$ 336,00
280001	Dilatadores dishueco 16 x 25	und	$ 1.451,00	4,00	$ 5.804,00
280002	Dilatadores	und	$ 991,00	40,00	$ 39.640,00
280003	Dilatadores dishueco 30 x 40	und	$ 2.050,00	4,00	$ 8.200,00
290001	Estructura metálica X	und	$ 380.000,00	1,00	$ 380.000,00
290002	Estructura metálica Y	und	$ 280.000,00	14,00	$ 3.920.000,00
310001	Impresión en vinilo blanco laminado mate 93 x 57	cm2	$ 35,00	5.301,00	$ 185.535,00
310002	Impresión en vinilo transparente laminado mate 490 x 112	cm2	$ 3,50	54.880,00	$ 192.080,00
310003	Impresión en vinilo blanco laminado mate 75 x 95	cm2	$ 3,08	4.875,00	$ 15.015,00
310004	Impresión en vinilo transparente laminado mate 103 x 73	cm2	$ 5,11	7.125,00	$ 36.387,38
320001	Impresiones banner 720 DPI 2,44 x 304	und	$ 74.200,00	1,00	$ 74.200,00
330001	Vinilo signcal frosted 60 cm	cm	$ 102,59	100,00	$ 10.258,62
330002	Vinilo oracal matte 631-070 black 61 x 46 cm	cm	$ 64,14	200,00	$ 12.827,58
330003	Vinilo blanco reflectivo	cm	$ 80,00	40,00	$ 3.200,00
330004	Vinilo metalizado Aluminium Brushed 0,92 m	cm	$ 144,00	15,00	$ 2.160,00
330005	Vinilos adhesivos y banner	und	$ 58.310,00	11,00	$ 641.410,00
330006	Vinilos adhesivos y banner	und	$ 57.100,00	1,00	$ 57.100,00
330007	Vinilo adhesivo blanco	cm	$ 73,50	200,00	$ 14.700,00
330008	Vinilo adhesivo reverso gris	m	$ 4.608,00	2,70	$ 12.441,60
330009	Vinilo adhesivo gris oracal	cm	$ 45,00	100,00	$ 4.500,00
410001	Pegante industrial AXW	gl	$ 28.931,00	5,00	$ 144.655,00
410002	Pegante cauchola	ml	$ 18,03	375,00	$ 6.760,00
510001	Carpincol	gl	$ 20.200,00	0,13	$ 2.525,00
520001	Disolvente	ml	$ 5,17	750,00	$ 3.879,00
530001	Laca para madera	gl	$ 74.408,00	1,00	$ 74.408,00
540001	Lubricante	gl	$ 11.810,00	1,00	$ 11.810,00
550001	Pinturas, vinilos, lacas y disolventes	ml	$ 8,14	946,25	$ 7.705,17
550002	Pintura roja viniltex	gl	$ 63.190,00	0,25	$ 15.797,50
550003	Pintura vinilo blanco	gl	$ 48.264,00	1,00	$ 48.264,00
550004	Pintura vinilo azúl	gl	$ 48.264,00	1,00	$ 48.264,00
560001	Thinner corriente	ml	$ 3,07	3.785,00	$ 11.638,00
570001	Tinta PVC roja	lb	$ 21.552,00	1,00	$ 21.552,00
610001	Cinta roja 1" doble faz 25 x 50	g	$ 234,29	175,00	$ 41.000,75
610002	Cinta DF espuma 1/2"	g	$ 102,94	148,00	$ 15.235,00
610003	Cinta DF espuma 3/4"	g	$ 112,50	720,00	$ 81.000,00
710001	Balas niqueladas	und	$ 3.384,00	2,00	$ 6.768,00
720001	Balasto 2 x 32	und	$ 21.840,00	2,00	$ 43.680,00
730001	Cable duplex 2 x 16	m	$ 691,00	10,00	$ 6.910,00
740001	Clavija	und	$ 2.002,00	1,00	$ 2.002,00
750001	Lámparas completas T5 x 21W	und	$ 7.200,00	4,00	$ 28.800,00
750002	Halógenas luz blanca excelite	und	$ 10.686,00	2,00	$ 21.372,00
750003	Tubo iluminación (counter) 1 m	und	$ 3.255,00	1,00	$ 3.255,00
750004	Lámparas de brazo	und	$ 25.775,86	4,00	$ 103.103,45
750005	Lámparas tubo blanca 1,2 mt	und	$ 9.482,76	16,00	$ 151.724,16
750006	Lámparas tubo blanca 0,9 mt	und	$ 9.482,76	10,00	$ 94.827,60
750007	Kit leds azules	und	$ 2.000,00	57,00	$ 114.000,00

Anexo K. Inventario de materia prima (continuación)

Código	Línea	Código	Línea				
0	Madera	5	Pinturas, disolventes	und:	unidad	ml:	mililitro
1	Acrílicos	6	Cintas	m:	metro	lb:	libra
2	Metales	7	Iluminación	gl:	galón	gl:	galón
3	Vinilos, banner	8	Empaque	cm:	centímetro	kg:	kilogramo
4	Pegantes	9	Otros	cm2:	centímetro cuadrado		

Inventario de materia prima

Código	Descripción	Medida	Valor unitario	Cantidad	Valor total
750008	Kit leds blancos	und	$ 2.000,00	130,00	$ 260.000,00
760001	Interruptor	und	$ 1.665,00	1,00	$ 1.665,00
770001	Toma corriente	und	$ 2.790,00	1,00	$ 2.790,00
780001	Transformadores 12 V	und	$ 135.000,00	2,00	$ 270.000,00
810001	Láminas de cartón calibre 6	und	$ 4.500,00	35,00	$ 157.500,00
810002	Cartón corrugado	m	$ 950,51	10,00	$ 9.505,10
820001	Strech mediano 30 cm	g	$ 6,64	2.411,25	$ 16.000,00
820002	Strech grande 50 cm	g	$ 7,49	2.910,00	$ 21.800,00
830001	Yumbolón	m	$ 3.508,44	40,00	$ 140.337,60
901001	Vidrio	und	$ 106.875,00	2,00	$ 213.750,00
910001	Atrapamugre tráfico pesado rojo	cm2	$ 7,41	20.000,00	$ 148.104,00
910002	Atrapamugre tráfico pesado blanco	cm2	$ 7,41	3.173,00	$ 23.496,70
911001	Lona cuerotex verde	m	$ 7.327,59	7,00	$ 51.293,10
911002	Lona blanca	m	$ 3.879,00	4,00	$ 15.516,00
911003	Lona litoral negra	cm2	$ 0,90	10.000,00	$ 9.000,00
912001	Marco	und	$ 60.344,00	1,00	$ 60.344,00
913001	Molde base	und	$ 35.000,00	1,00	$ 35.000,00
913002	Molde superior	und	$ 15.000,00	1,00	$ 15.000,00
913003	Molde en fibra de vidrio	und	$ 10.000,00	10,00	$ 100.000,00
914001	Papel bond	m	$ 163,80	40,00	$ 6.552,00
915001	Pasacable pequeño negro	und	$ 603,44	15,00	$ 9.051,60
916001	Perfil rojo	cm	$ 42,40	600,00	$ 25.440,00
917001	Piso azúl rectangular 200 x 100 cm calibre 18 mm	und	$ 134.614,00	2,00	$ 269.228,00
917002	Piso blanco rectangular 200 x 100 cm calibre 18 mm	und	$ 65.092,00	2,00	$ 130.184,00
917003	Piso blanco cuadrado 200 x 200 cm calibre 18 mm	und	$ 130.184,00	1,00	$ 130.184,00
918001	Plancha	und	$ 41.637,00	1,00	$ 41.637,00
919001	Pliego lija 220	und	$ 862,00	2,00	$ 1.724,00
919002	Pliego lija 150	und	$ 862,00	1,00	$ 862,00
920001	Balastro	g	$ 0,49	5.250,00	$ 2.590,00
920002	Cemento	kg	$ 465,50	25,00	$ 11.637,50
921001	Rueda 5 PB 1 1/2	und	$ 10.258,00	30,00	$ 307.740,00
922001	Silla blanca tipo bar	und	$ 67.155,17	2,00	$ 134.310,34
923001	Soportes para vidrios	und	$ 188,00	32,00	$ 6.016,00
924001	Tapones	und	$ 32,00	30,00	$ 960,00
930001	Base con tuerca araña gris plata	und	$ 24.000,00	10,00	$ 240.000,00
940001	Canto fleje blanco	m	$ 301,72	9,00	$ 2.715,48
950001	CD	und	$ 700,00	50,00	$ 35.000,00
960001	Espuma 10" lámina de 200 x 100 cm	und	$ 47.327,59	2,00	$ 94.655,18
960002	Espuma 5" lámina de 200 x 100 cm	und	$ 23.706,90	1,00	$ 23.706,90
970001	Formaborde T 21	m	$ 948,27	30,00	$ 28.448,10
980001	Hablador superior	und	$ 19.500,00	10,00	$ 195.000,00
990001	Hilo	m	$ 5,00	483,00	$ 2.415,00

Fuente: elaboración propia, basado en la información de la empresa

Este inventario fue realizado con base en los materiales utilizados para elaborar los diez productos seleccionados, por lo tanto no fue levantado en una fecha específica.