

**PROPUESTA DE APLICACIÓN DE LA BASE DE COSTEO
PREDETERMINADA ESTIMADA PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO
DE ALQUILER DE EQUIPOS AUDIOVISUALES DE LA EMPRESA AAA
AUDIOVISUALES A TIEMPO Y CIA. LTDA. A TRAVÈS DE LA
METODOLOGIA DE COSTEO TRADICIONAL Y POR EL SISTEMA DE
COSTOS POR ÒRDENES DE SERVICIO**

OSCAR EDUARDO PINZÓN RAMÍREZ
Código 0827185

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

**PROPUESTA DE APLICACIÓN DE LA BASE DE COSTEO
PREDETERMINADA ESTIMADA PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO
DE ALQUILER DE EQUIPOS AUDIOVISUALES DE LA EMPRESA AAA
AUDIOVISUALES A TIEMPO Y CIA. LTDA. A TRAVÈS DE LA
METODOLOGIA DE COSTEO TRADICIONAL Y POR EL SISTEMA DE
COSTOS POR ÒRDENES DE SERVICIO**

OSCAR EDUARDO PINZÓN RAMÍREZ
Código 0827185

ASESOR METODOLÒGICO: FERNANDO VILLARREAL
DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÒN
PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI

2014

CONTENIDO

INTRODUCCIÒN	5
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
1.1 CONTEXTO DEL PROBLEMA	7
1.2 DESCRIPCIÒN DEL PROBLEMA	8
1.3 ESTADO DEL ARTE.....	12
1.4 JUSTIFICACIÒN.....	17
1.4.1 Personal.....	17
1.4.2 Empresarial.....	17
1.5 FORMULACIÒN DEL PROBLEMA.....	17
2. OBJETIVOS.....	18
2.1 OBJETIVO GENERAL	18
2.1.1 Objetivos específcos.....	18
3. MARCO DE REFERENCIA.....	19
3.1 MARCO CONCEPTUAL.....	19
3.2 MARCO TEÓRICO.....	26
3.3 MARCO CONTEXTUAL.....	33
4. DISEÑO METODOLÒGICO.....	35
4.1 TIPO DE INVESTIGACIÒN.....	35
4.2 MÈTODÒ DE INVESTIGACIÒN.....	36
4.3 FUENTES DE INFORMACIÒN.....	37
4.4 TÈCNICAS DE RECOLECCIÒN DE INFORMACIÒN.....	37
4.4.1 Entrevista semi-estructurada.....	37
4.4.2 Análisis documental.....	37
4.5 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÒN DE INFORMACIÒN	38
5. DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS.....	38
6. ANÁLISIS DOFA.....	80
7. DIAGRAMA PROPUESTA DE APLICACIÒN.....	81
8. CONCLUSIONES.....	82
BIBLIOGRAFÌA.....	86

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Reseña histórica	39
Tabla 2. Portafolio de servicios	40
Tabla 3. Misión y Visión	41
Tabla 4. Organigrama	42
Tabla 5. Diagrama geográfico	43
Tabla 6 Convenciones	44
Tabla 7. Diagrama de bloques	45
Tabla 8. Diagrama de flujo	46
Tabla 9. Entrada de datos	56
Tabla 10. Tabla de operaciones	59
Tabla 11. Tabla de actividades	68
Tabla 12. Manual de proceso por cargo	70
Tabla 13. Costo del personal...	74
Tabla 14. Manual de proceso	75
Tabla 15. Hoja de costos	79
Tabla 16. Análisis ÓDOFA	80
Tabla 17. Diagrama propuesta de aplicación	81

INTRODUCCIÓN

Según Harrington¹ para ser competitivas las organizaciones deben buscar la mejora continua en todos sus componentes, es así como cobra gran importancia el concepto de mejoramiento de los procesos de la compañía. Este concepto busca prevenir la ocurrencia de errores que generen sobre costos y pérdida de clientes por diversos factores, tales como, deficiencias, baja calidad, mal servicio al cliente, fallas en los procesos de producción, interrupción de las labores, alta rotación de personal, quejas, pérdida de competitividad, disminución de ingresos, todas estas situaciones que disminuyen el valor de la compañía poniendo en riesgo su continuidad.

En la actualidad, las compañías que busquen competir ya sea en el mercado nacional o en el internacional, deben dirigir sus esfuerzos hacia el mejoramiento continuo en todos los procesos realizados y lograr satisfacción total en el cliente interno y externo.

Uno de los elementos fundamentales de toda organización es el personal, ya que sin este, no se puede realizar ninguna actividad dentro de la compañía. De allí, que contar con un grupo motivado de colaboradores permitirá la realización de funciones de manera óptima.

Otro de los elementos que la compañía no puede perder de vista, son los clientes. Mejorar los procesos de la compañía es necesario porque el cliente cuenta hoy con una serie de herramientas para medir la calidad de los productos y servicios ofrecidos, ya que no se limita a ver el producto final, sino, que presta mucha atención a la cadena productiva que realiza el proveedor que

¹ HARRINGTON, H. James. Mejoramiento de los Procesos de la Empresa. P. 17

le atiende, por esta razón, nada se puede dejar al azar en todo el proceso de contacto con el cliente, porque éste, estará atento a todas las actuaciones.

En Colombia la legislación² actual brinda garantías al consumidor para ejercer sus derechos y contempla sanciones para quienes incumplan o engañen.

Generalmente las pequeñas y medianas empresas fabrican sin conocer los datos de sus sistemas productivos, información financiera y sin un sistema contable de costos y presupuestos, haciéndolos débiles en los procesos de negociación y competitividad por falta de conocimientos económicos de sus propios productos. Las Mipymes luchan contra constantes procesos de globalización e internacionalización con tendencias liberalistas de la economía, donde los estados pierden su autonomía en el control de las importaciones y exportaciones, quedando las pequeñas empresas desprotegidas ante las avasalladoras empresas multinacionales con grandes infraestructuras que ingresan a competir en los mercados, con importación de productos de calidad, baratos, estandarizados y algunos apoyos económicos del país, y vendidos por debajo del costo real (dumping)³.

Por todo lo anterior, la compañía AAA Audiovisuales a Tiempo & Cía. Ltda. decide emprender una ruta que le permita describir, diagramar y costear el proceso que actualmente ejecuta y continuar por la senda del crecimiento.

² COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1480 (12, octubre, 2011). Por medio del cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Diario oficial. Bogotá, D.C., 2011. No. 48220

³ RINCON, Carlos Augusto, VILLARREAL, Fernando. Costos Decisiones Empresariales. P. 12

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 CONTEXTO DEL PROBLEMA

La compañía AAA Audiovisuales a Tiempo & Cía. Ltda. tiene como objetivo proporcionar a sus clientes soluciones integrales para la realización de cualquier tipo de evento, ya sea familiar, académico o empresarial. Entre los servicios que presta se encuentran, servicio de decoración de eventos, amplificación de sonido, servicio de filmación, alquiler de video beam, luces, pantallas lcd, computadores portátiles, sillas, mesas, carpas, tarimas, mantelería y menaje.

La empresa nació hace 15 años por decisión de su propietario y representante legal el Sr. Diego Manuel Molina Perea, un joven proveniente del municipio de Palmira que encontró en los equipos audiovisuales una forma de prestar servicios de calidad y una fuente de ingresos para su familia y la de sus colaboradores. En sus inicios la empresa se dedicó especialmente al alquiler de video beam, ya que en ese momento estos equipos no eran muy comunes porque su precio era bastante alto. Sin embargo, con los avances tecnológicos y la apertura comercial de nuestro país, estos equipos bajaron notablemente de precio, lo que llevó a la compañía a buscar opciones que le permitieran asegurar la continuidad en el mercado. Es así, como inicia la adquisición de equipos para la amplificación de sonido.

Durante varios años, estos dos servicios fueron su mayor fuente de ingresos, pero como las circunstancias del mercado han evolucionado, el Sr. Molina en compañía de su esposa y la permanente colaboración de sus empleados diversificó el portafolio de servicios ofrecido dando como resultado una gran variedad de soluciones que presta hoy como un BTL ampliamente conocido en el sector y con las mejores credenciales emanadas por sus clientes que

propagan entre sus amigos y conocidos las ventajas de contar con un proveedor que brinda calidad en los equipos que posee, además de prestar un servicio amable y oportuno.

El buen nombre que ha construido poco a poco, hace que Audiovisuales a Tiempo sea hoy una empresa sólida en el mercado local y con amplio potencial de crecimiento en la gama de servicios que ofrece. Cuenta con personal calificado y con vocación de servicio, un valor que hace la diferencia respecto de los demás competidores.

Sin embargo, la gerencia entiende que dicho crecimiento requiere de procesos bien definidos, documentados y claros para la correcta prestación del servicio. Además, necesita conocer el costo del servicio prestado, para analizar alternativas que le permitan controlarlo, con el fin de mantenerse competitivo y brindar los mejores servicios a un precio justo.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Para Harrington⁴, elementos como la sonrisa, la recepción de un cliente, el tiempo de espera, la atención telefónica, la facilidad para pagar las facturas, el cumplimiento de la promesa realizada, son algunas variables determinantes para el cliente al momento de elegir el proveedor de un producto o servicio. Inclusive en muchas ocasiones los clientes no reaccionan de una forma drástica al cambio de precios, sino, que valoran más, las variables mencionadas.

⁴ HARRINGTON, H. James. Mejoramiento de los Procesos de la Empresa. P. 3-6

El cliente actual está pendiente del impacto que tiene la actividad empresarial en el medio ambiente, la manera como tratan sus empleados, los empaques que utiliza, el lugar donde opera, la imagen que de él tengan otros clientes, el manejo de residuos resultantes de su proceso productivo, entre otros.

Por esta razón, es necesario conocer y costear el proceso que ejecuta Audiovisuales a Tiempo, un paso que consiste en analizar el flujo del proceso (teniendo en cuenta elementos esenciales como los clientes, el personal, la tecnología y el entorno), realizar levantamiento de actividades y hallar el costo del servicio.

De esta manera la organización busca ser efectiva generando los resultados deseados, eficiente minimizando los costos, adaptable para ir de la mano con los cambios de los gustos y preferencias de los clientes y las necesidades de la empresa y con los cambios en la política y la economía nacional e internacional, ya que a partir de la globalización todas las organizaciones y personas se encuentran de alguna forma conectadas y un cambio en determinado país, impacta de diversas maneras a la compañía.

Existe una mejor forma de hacer las cosas y la organización tiene que encontrarla⁵, esa es la base fundamental del mejoramiento de la empresa propuesto por Harrington, para que esto suceda, se debe responder a las preguntas ¿qué se hace en la empresa? y ¿cómo se hace?⁶, identificando las áreas o procesos críticos, y comenzando por estos.

Cuando un empleado tiene concentración, motivación y cuenta con las herramientas necesarias para la realización de la labor encomendada, se

⁵ Ibid., P. 32

⁶ Ibid., P. 38 - 39

reduce en gran proporción la posibilidad de cometer errores, además es probable que el empleado desarrolle o sugiera mejoras al proceso.

En Audiovisuales a tiempo, de acuerdo a las observaciones recogidas por el equipo de trabajo, existen errores continuos y repetitivos, algunos de ellos son los siguientes:

- No se revisa que los equipos lleven todos los elementos necesarios para su correcto uso
- No se revisa la remisión para verificar que se lleven todos los equipos solicitados
- No se entrega la remisión al cliente para su respectiva firma que compruebe que efectivamente recibió los equipos alquilados
- No se entrega la remisión al área de contabilidad
- No se reportan las facturas canceladas cuando se realiza recuperación de cartera a través de pagos en cheque o efectivo
- No se realiza limpieza a los equipos
- No existen programas de capacitación
- No se promueve el trabajo en equipo
- No se utilizan los mismos parámetros para todos los clientes
- No existe control de inventarios
- No hay un mantenimiento preventivo de los equipos
- No se reportan los equipos averiados
- No se entregan documentos al cliente al recoger los equipos
- Existen muchos procesos centralizados en la gerencia y en el asistente administrativo
- No existen filtros para la creación de nuevos clientes
- No existen controles para otorgar créditos, ni topes para los mismos
- No hay una estructura orgánica operativa
- No se conoce el costo del servicio de alquiler

También se evidencia de manera notable un *“conflicto”* entre empleador y empleados, motivado por la visión personal acerca de varios aspectos que tienen que ver con el clima laboral, salarios, horarios y cargas laborales, entre otros. Sin embargo, las actividades se realizan de forma armónica y sin contratiempos en la mayoría de los casos.

Actualmente, la compañía no tiene claro qué procedimientos se realizan en cada área, generando errores, falta de productividad o tiempos muertos, ineficiencia, sobre costos, esfuerzos innecesarios y mayores cargas laborales. Tampoco se conocen los servicios y clientes más rentables, por lo que la empresa puede estar sub-utilizando cierta infraestructura o desgastándose en productos y clientes que no le generan los rendimientos esperados.

La compañía cuenta con una amplia lista de clientes, que van desde personas naturales que realizan eventos familiares, hasta empresas multinacionales que realizan sus eventos en clubes y prestigiosos hoteles de la ciudad. Audiovisuales a tiempo debe determinar el costo de prestar un servicio de calidad que le permita atender a todos los clientes sin ningún tipo de sesgo, cumpliendo con la promesa de servicio y satisfaciendo las expectativas.

Establecer áreas funcionales, analizar el proceso de la compañía y determinar el costo, permitirá a la organización corregir y prevenir los errores mencionados y detectar otros que se puedan presentar. Además, es posible mejorar la manera como se presta el servicio actualmente, dirigiendo toda la atención en las expectativas de los clientes y la viabilidad de la compañía. Conocer y costear el proceso tendrá un impacto positivo en las finanzas de la compañía lo que puede representar crecimiento económico para los propietarios y mejores condiciones laborales para los colaboradores.

Conocer el proceso y calcular su costo, le permite a la empresa mejorar su servicio y continuar siendo competitiva en el mercado. La compañía corre el peligro de continuar creciendo de manera desordenada, lo que puede generar errores graves que afecten su imagen y pongan en duda su idoneidad, lo que pondría en riesgo su continuidad en el mercado.

1.3 ESTADO DEL ARTE

Según el libro del profesor Harrington⁷, para reestructurar los procesos de la compañía es necesario identificar los *in-puts* y los *out-puts* que se presentan en cada fase de nuestro proceso. También, es importante conocer las actividades realizadas en cada departamento, centrarse en el contacto con los clientes y las áreas donde se mueven grandes cantidades de recursos (dinero, personal, tiempo de ciclo, tecnología, maquinaria). Todos los integrantes de la organización deben tener clara la visión de la compañía y trabajar para el cumplimiento de los objetivos trazados. Se deben eliminar las barreras, los líderes deben dar ejemplo, retroalimentar, entrenar, capacitar al personal, reconocerlo y motivarlo por sus logros y labores realizadas.

En este proceso, es necesario asignar la responsabilidad en un colaborador con un perfil que cuente con la suficiente claridad en la realización de su labor, proporcione informes, que tenga a su cargo la responsabilidad de las tareas asignadas, defina los límites, documente los procedimientos, conozca la interacción con otros procesos, tenga indicadores para la evolución del desempeño y conozca el tiempo de ciclo⁸.

⁷ Ibid., P. 96-105

⁸ Ibid., P. 32-33

Se deben definir los límites del proceso, ya que los procesos de la empresa, se caracterizan por ser interactivos, interconectados y/o secuenciales. También, establecer límites superior e inferior, para determinar la complejidad del proceso y definir los insumos necesarios. Eliminar el desperdicio y las actividades sin valor agregado.

Algunas medidas para lograr la eficiencia son:

- Tiempo de proceso
- Recursos usados por unidad
- Costo del valor agregado por unidad
- Costo de mala calidad
- Tiempo de espera por unidad

El objetivo debe ser la ejecución libre de errores en las tareas del proceso por parte de cada individuo involucrado⁹.

El equipo debe comprender el ciclo, para esto, se pueden utilizar diagramas de bloque y de flujo que permiten tener gráficos de las áreas funcionales y entender en qué parte de la cadena se encuentra y el porqué de la importancia de las tareas realizadas. Los diagramas de flujo cumplen un propósito importante: documentar un proceso con el fin de identificar áreas que necesiten mejoramiento.

El personal hace que el proceso funcione, el objetivo es crear una unión armónica entre las personas y las metodologías, para que el equipo sirva al individuo y que este se apoye en el. Involucrar al personal al proceso de mejoramiento permite mejores resultados y más compromiso de parte de los colaboradores, es importante tener en cuenta sus opiniones, además porque son ellos quienes día a día realizan las actividades y conocen muy bien las tareas que realizan.

⁹ Ibid., P. 87-88

Conocer el proceso es fundamental para mejorarlo y saber a dónde se puede llegar. Las actividades deben generar un valor agregado mayor o al menos igual que los costos incurridos en ellas, estas actividades son aquellas vistas por el cliente y que satisfacen lo esperado.

Los departamentos también son conocidos como centros de costo, proceso o áreas de responsabilidad. El departamentalizar propicia el control de los costos y el logro de una mayor exactitud en el costeo de productos.

El libro Contabilidad de Costos¹⁰ realza la importancia de crear departamentos dentro de la compañía, entre los objetivos de departamentalizar se encuentran:

- Precisión de costos
- Asignación de responsabilidades
- Mayor control de costos
- Mayor control físico sobre el flujo de producción
- Propiciar actividades de planeación

Según el profesor Sinisterra¹¹ en los departamentos de producción u operación tiene lugar el proceso de transformación, en los departamentos de servicio se provee la asistencia para facilitar las actividades de prestación del servicio, estos son áreas de apoyo. Para departamentalizar primero se debe determinar las áreas directas e indirectas respecto al servicio prestado, el objetivo es proporcionar información para la planeación y el control de los costos y la toma de decisiones.

¹⁰ SINISTERRA, Gonzalo. Contabilidad de Costos. 2006. P. 254 - 255

¹¹ Ibíd., p. 251.

Se pueden relacionar las áreas como subsistemas especializados dentro de un sistema mayor que es la organización, que a su vez hace parte de un suprasistema que es la comunidad donde funciona y presta sus servicios.

Dentro del sistema los *inputs* o corrientes de entrada pasan a un proceso de conversión o transformación que a través de una corriente de salida o *outputs*, exportan al medio el resultado obtenido. Las salidas del sistema se pueden definir como la prestación del servicio. La organización empresarial recibe insumos de la sociedad en forma de personal, materiales, dinero e información; transforma estos insumos en productos y/o servicios y da la respuesta suficiente a los miembros de la organización para mantener su participación¹².

La contabilidad de costos tiene por fin la determinación de los costos unitarios de los servicios prestados y otros fines administrativos como la planeación y el control de los costos y la toma de decisiones especiales como la determinación del precio de venta. Para lograr estos objetivos la contabilidad de costos sigue una serie de normas y procedimientos contables que son los que constituyen precisamente los sistemas de costos.

Básicamente tenemos dos clases de sistemas de costos:

- Sistemas de Costos por Órdenes de Producción
- Sistemas de Costos por Procesos

Para aplicar un sistema de costeo se necesitan al menos:

1. Una base de costeo
2. Una metodología de costeo

Cada uno de los dos sistemas puede funcionar con cada una de las dos siguientes bases de costos:

¹² ZAPATA, Álvaro; MURILLO, Guillermo; MARTINEZ, Jenny; GONZALEZ Carlos; SALAS, Jairo; AVILA, Hernán; CAICEDO, Alexander. Teorías Contemporáneas de la Organización y el Management. 2009. P. 52-55

- Base histórica
- Base predeterminada¹³

La base predeterminada puede ser:

- Base predeterminada estándar: Basado en el estudio científico.
- Base predeterminada estimada: Basada en la experiencia.

La metodología de costeo hace referencia a los pasos necesarios para producir un bien o prestar un servicio, se tienen:

- Costeo Tradicional
- Costeo Integral

El costeo tradicional acumula los costos de los productos o servicios para los cuatro elementos que lo constituyen:

- Materia prima
- Mano de obra
- Costos indirectos de fabricación
- Servicios¹⁴

¹³ HARGADON, Bernard J., MÚNERA, Cárdenas, Armando. Contabilidad de Costos. P. 13-15

¹⁴ RINCON, Carlos Augusto, VILLARREAL, Fernando. Costos Decisiones Empresariales. P. 35

1.4 JUSTIFICACION

El presente trabajo tiene las siguientes justificaciones:

1.4.1 Personal

Me permite aplicar parte de los conocimientos adquiridos durante mi proceso de formación al sector real, específicamente lo que se refiere a establecer y costear procesos y actividades, con el fin de proponer mejoras en la ejecución de los mismos. Representa una oportunidad para confrontar y ampliar las destrezas en el tema tratado.

1.4.2 Empresarial

Se brinda a la compañía AAA Audiovisuales a Tiempo un trabajo que tiene como fin ser una herramienta para el control del costo del servicio de alquiler de equipos audiovisuales. Se busca que el resultado del presente trabajo se traduzca en mayores niveles de competitividad para la organización.

1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es el costo unitario de prestar el servicio de alquiler de equipos audiovisuales de la empresa AAA Audiovisuales a Tiempo y Cía. Ltda. aplicando la base de costeo predeterminada estimada a través de la metodología de costeo tradicional y el sistema de costos por órdenes de servicio?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

- Proponer diseño para costear la prestación del servicio de alquiler de equipos audiovisuales de la empresa AAA Audiovisuales a Tiempo Y Cía. Ltda. aplicando la base de costeo predeterminada estimada a través de la metodología de costeo tradicional y el sistema de costos por órdenes de servicio.

2.2 Objetivos Específicos

- Describir y diagramar la prestación del servicio de alquiler de equipos audiovisuales tanto de manera general (Bloques), específico (Flujos) y físico (Geográfico) del producto.
- Determinar las actividades realizadas en cada centro de costo
- Establecer entradas, proceso productivo y salidas de cada centro de costo
- Construir el manual del proceso productivo a fin de definir las labores de cada uno de los participantes y su relación con cada uno de los otros tres componentes del costo y por cada una de las actividades.
- Hallar el costo del servicio de alquiler de equipos usando la base de costeo predeterminada estimada por el sistema de costos por órdenes de producción y el enfoque de costeo tradicional, por cada una de las actividades desarrolladas.

3. MARCO DE REFERENCIA

3.1 MARCO CONCEPTUAL

Los individuos que conforman la sociedad, entendida como óAgrupación espontánea de los hombres, movidos por su naturaleza, para ayudarse mutuamente a alcanzar sus fines¹⁵ que crean organizaciones e instituciones que facilitan la convivencia y permiten alcanzar objetivos comunes como la educación, la salud, la creación de leyes que regulen la sana convivencia, el deporte y la recreación, entre otras. También crean un sistema económico que permite el intercambio de bienes y servicios.

Las organizaciones llevan a cabo su actividad económica a través de procesos, la ISO 9000 define proceso como: óconjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados¹⁶.

Ese resultado o producto debe tener un valor para el cliente o usuario interno o externo. Dicho valor no es exclusivamente económico, sino que puede tener valor para el cliente por su uso o fin.

En un proceso intervienen diversos factores, José Antonio Pérez¹⁷ menciona los siguientes:

¹⁵ BUQUERAS, Ignacio, Bach. Más Sociedad Menos y Mejor Estado. 2002. P. 19

¹⁶ PEREZ, José Antonio. Gestión por Procesos. 2010. P. 51

¹⁷ Ibíd. P. 57-58

- Personas: El responsable y los miembros del equipo
- Materiales: Materias primas o semielaboradas e información
- Recursos Físicos: Instalaciones, maquinaria, hardware, software
- Métodos: Procedimientos, hojas de proceso, instrucciones
- Entorno: Medio ambiente

De allí la importancia de conocer la naturaleza de la interacción de las actividades de acuerdo al objeto social desarrollado por la compañía, esto permite generar un resultado que satisfaga las expectativas y necesidades del cliente.

Los procesos se deben orientar hacia los objetivos de la empresa y no sólo a objetivos departamentales, es decir, no sólo hacer la labor eficientemente, sino facilitar la labor de las demás áreas.

Las actividades son acciones desarrolladas por el personal, tendientes a lograr los propósitos de la entidad: es por esto que se hace absolutamente necesario conocer todas las actividades que realiza la institución¹⁸.

Las actividades se presentan de manera repetitiva, de alguna manera se podría decir predeterminada por lo que es posible planear su ejecución y los recursos que se requieren para su correcta y eficiente realización. Las actividades se deben mencionar de manera clara y específica, sin caer en el error de detallarlas al máximo porque se corre el riesgo de desperdiciar recursos controlando actividades que por su valor agregado o costo no sean relevantes.

¹⁸ CUERVO, Joaquín; OSORIO, Jair Albeiro; Costeo Basado en Actividades ABC. 2007. P. 87

Es importante identificar las actividades realizadas por cada centro de costo, asignarle costos, identificar las salidas y relacionar los costos de las actividades con los resultados generados.

Las actividades se pueden desarrollar a varios niveles

- A nivel de unidad: Ej. Unidades troqueladas
- A nivel de producto: Ej. Listar los materiales necesario para elaborar un producto
- A nivel de lote: Ej. Programar la producción de un lote de producto
- A nivel de instalaciones: Ej. Realizar mantenimiento a la maquinaria¹⁹

Todas las actividades desarrolladas en la compañía deben estar dirigidas y enfocadas al cliente o consumidor, ya que es la razón de ser de la organización. Sin embargo, además del producto generado en el proceso productivo, es necesario prestar mucha atención al servicio prestado.

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera ñ además del producto o servicio básico ñ como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo²⁰.

El cliente mide al proveedor de un bien o servicio por otros factores después de la compra, como las garantías, los tiempos de respuesta a sus requerimientos, información adicional para optimizar el uso de los artículos adquiridos, entre otros. Se debe ofrecer al cliente lo que realmente desea comprar, para lograrlo la teoría de gerencia de valor al cliente de Karl Albretch propone:

¹⁹ JIMENEZ, Francisco Javier; ESPINOZA, Carlos Luis. Costos Industriales. 2007. P. 169

²⁰ PUBLICACIONES VÉRTICE S.L. La Calidad en el Servicio al Cliente. 2008. P. 13

1. ¿Conocer al cliente según sus preferencias y como persona
2. Aplicar momentos de verdad a la formación de opinión, de la calidad de servicio, el producto y el costo
3. Manejar la libreta de calificación del cliente
4. Investigar la percepción de los clientes
5. Reconocer al cliente
6. Hablar frente a frente
7. Manejar las encuestas centradas en el ¿Cuándo?, ¿Por qué? Y ¿Cómo?
8. Analizar la información
9. Hacer propuestas
10. Cerrar el ciclo²¹

El servicio es visto como la gran ventaja competitiva que puede tener una compañía,

Los estudios demuestran que, en la actualidad, en muchas empresas el servicio es más eficaz para incrementar el volumen de negocios que el marketing, la promoción de ventas o la publicidad. Sospechamos que, en una empresa que posea una estrategia de servicios global, altamente profesional, el servicio añade más a los beneficios netos finales que las actividades que se realizan en las áreas de investigación y desarrollo, innovación del producto, incrementos de capital, ampliación del portafolio financiero, servicios de crédito o cualquier otra estrategia de gestión.²²

¿El servicio tiene entre otros, los siguientes objetivos:

- Dar mantenimiento a los clientes
- Incrementar la retención de los clientes actuales
- Desarrollar y consolidar nuevos clientes²³

²¹ VARGAS, Martha Elena; ALDANA DE LA VEGA, Luzangela. Calidad y Servicio. Conceptos y Herramientas. 2007. P. 43-44

²² TSCHOHL, John; FRANZMEIE, Steve. Alcanzando la excelencia mediante el servicio a los Clientes. 1994. P. 2

²³ DIAZ DE SANTOS. La Fórmula del Servicio Excelente. 1994. P. 9

Prestar un excelente servicio permite a la compañía crecer y ser competitiva, entendiendo por competitividad, la capacidad que tiene una firma de satisfacer una necesidad, revelada en el mercado por parte de los consumidores, de una forma más eficiente en comparación con otra firma que también posee la capacidad de satisfacer la misma necesidad²⁴.

Sin embargo, es posible que la compañía tenga la capacidad de generar o anticipar nuevas necesidades y no solamente trabajar sobre las necesidades actuales de los clientes. Para ser competitivos en el mercado actual se deben invertir los recursos de la compañía en las actividades que generen valor agregado y que sean vistas como importantes para el cliente, tales actividades deben lograrse de forma eficiente disminuyendo el tiempo de ciclo y los costos, ya que no todos los clientes reaccionan de la misma forma al aumento de precio de un bien, de acuerdo a su nivel económico, la reacción será más elástica en relación al precio si se trata de un sector del mercado con bajos recursos económicos.

Lo anterior confirma la importancia que tiene para cualquier compañía y en este caso particular para AAA Audiovisuales a tiempo y Cía. Ltda. conocer el proceso que desarrolla en la prestación de servicios de alquiler de equipos audiovisuales y determinar el costo.

La producción de bienes implica la conversión de materias primas en productos terminados, gracias al esfuerzo de los trabajadores y al uso de la planta de producción. Por costo de producción se entiende, entonces, la suma de todas las erogaciones y cargos incurridos para convertir la materia prima en producto terminado.²⁵

²⁴ TRONCOSO, Juan Caro; IBÁÑEZ, Ciro. Algunas Teorías e Instrumentos para el Análisis de la Competitividad. IICA, 2000. P. 9

²⁵ SINISTERRA, Gonzalo. Contabilidad de Costos. 2006. P. 13

Para elaborar un producto o prestar un servicio se hace uso de 4 componentes conocidos como los elementos del costo de producción o del costo de la prestación del servicio:

1. Materia prima
2. Mano de obra
3. Costos indirectos
4. Servicios²⁶

Para cada cliente su evento es diferente: fecha, hora, equipos solicitados, personal de apoyo, sitio, hacen de cada alquiler una orden de trabajo diferente, por lo que cada alquiler tendrá su costo.

Como el producto de un negocio de servicios es el servicio, la gerencia se enfoca en los costos de mano de obra directa y otros gastos indirectos. El costo de cualquier material o insumo que se emplee para dar servicios al cliente suele ser bajo y normalmente se incluye como parte de otros gastos indirectos.

El costo de la mano de obra directa y otros gastos indirectos para la prestación del servicio a los clientes se acumulan en la cuenta de producción en proceso. Dicha cuenta se sustenta mediante un libro auxiliar de costos. La hoja de costos por órdenes se emplea para acumular los costos para la orden de cada cliente. Cuando se termina la orden se envía la factura al cliente, los costos se transfieren a una cuenta de costos de servicio. Dicha cuenta es similar a la cuenta de costo de ventas para un negocio de comercialización²⁷.

²⁶ RINCON, Carlos Augusto, VILLARREAL, Fernando. Costos Decisiones Empresariales. P. 35

²⁷ WARREN, Carl; REEVE, James; FESS, Phillip. Contabilidad Administrativa. 2005. P. 20

La metodología de costeo se entiende como los pasos uno a uno, de cómo producir un bien o un servicio, se subdivide en:

- Metodología de Costeo Tradicional
- Metodología de Costeo Integral

En el presente trabajo desarrollamos la metodología de costeo tradicional la cual nos dice que para calcular el costo de un producto o servicio basta con determinar y calcular el costo de la materia prima, la mano de obra, los costos indirectos de fabricación y los servicios y así obtener el costo unitario del producto o servicio. En el enfoque tradicional se acumulan los costos de los diferentes productos o servicios para los cuatro elementos que lo constituyen como: Materia Prima, Mano de Obra, Costos Indirectos de Fabricación y Servicios.

En el costeo tradicional, los costos de materia prima, mano de obra y servicios, regularmente son de fácil asignación, sin embargo, los costos indirectos de fabricación (CIF), se asignan a los productos a través de las tasas predeterminadas o históricas.

La metodología de costeo tradicional asume que los productos, y su volumen de producción correspondiente, originan unos costos. Por consiguiente, las unidades de productos y los costos son clasificados como directos e indirectos en relación con los productos o servicios ofrecidos.

Los sistemas tradicionales utilizan medidas del volumen de producción tales como las horas de mano de obra directa, las horas máquina o el costo de los materiales como base de asignación para atribuir los costos generales a los productos.

Para conocer el costo unitario de los cuatro elementos del costo, basta con sumar el costo unitario de los cuatro elementos del costo y obtenemos el costo unitario de producción o de prestación del servicio.

3.2 MARCO TEÓRICO

Prácticamente todas las organizaciones cuentan con un sistema contable que sirve para identificar, medir, clasificar, registrar, analizar e informar las operaciones económicas, en forma clara y completa. Este sistema se compone de dos elementos básicos: La Contabilidad Financiera y La Contabilidad Gerencial o Contabilidad Administrativa. El sistema contable proporciona información para tres fines diferentes: informes internos para los distintos niveles de la administración, informes internos para la planeación, evaluación y control de las operaciones, e informes para usuarios externos para tomar decisiones tales como, decisiones de inversión y de financiación.

La contabilidad financiera se concentra en estos últimos, ya que sus reportes van dirigidos a personas o entidades externas, garantizando que dicha información sea comprensible, útil y pertinente. La contabilidad gerencial o administrativa, se concentra en suministrar información para satisfacer necesidades de usuarios internos, elabora información relacionada con situaciones específicas y decisiones que tienen que ver con la administración de la empresa, estos informes son más específicos en comparación con los informes generados por la contabilidad financiera.

La contabilidad de costos se puede definir como un subsistema de la contabilidad financiera al que le corresponde la clasificación, acumulación, asignación y control de todos los detalles referentes a los costos totales de

fabricación para determinar el costo unitario del producto y proporcionar información para evaluar y controlar la actividad productiva.²⁸

La contabilidad financiera cubre todos los hechos económicos tendientes a la preparación de los estados financieros básicos, y la contabilidad de costos contribuye con el estado de resultados, determinando el costo de ventas y con el balance general, determinando el costo de los inventarios de productos en proceso y productos terminados²⁹.

La contabilidad de costos tiene entre otros los siguientes objetivos:

- Acumular los datos de costos para determinar el costo unitario del producto fabricado.
- Brindar a la administración datos de costos necesarios para la planeación de las operaciones de manufactura y el control de los costos de producción.
- Contribuir con el control de las operaciones de manufactura
- Proporcionar a la administración la información necesaria para la presupuestación, los estudios económicos y otras decisiones especiales, relacionadas con inversiones a largo y mediano plazo.
- Brindar racionalidad en la toma de decisiones³⁰.

Para lograr estos objetivos la contabilidad de costos sigue una serie de procedimientos que son los que constituyen los sistemas de costos.

Por sistema de costos se entiende el conjunto de normas contables, técnicas y procedimientos de acumulación de datos de costos con el objeto de determinar

²⁸ SINISTERRA, Gonzalo. Contabilidad de Costos.2006. P. 3-9

²⁹ *Ibíd.*, P. 9 -10

³⁰ *Ibíd.*, P. 11

el costo unitario del producto fabricado, planear los costos de producción y contribuir con la correcta toma de decisiones. Existen dos clases de sistemas de costos: Por órdenes de trabajo y por procesos, estos sistemas utilizan una base de costos que pueden ser históricos o predeterminados.³¹

El diseño de un sistema de acumulación de costos debe ser compatible con la naturaleza y tipo de las operaciones ejecutadas por la compañía³².

Para el presente trabajo, se plantea utilizar el sistema de costeo por órdenes de trabajo: En este sistema el objeto del costo es una unidad o múltiples unidades de un producto o servicio distinto llamado trabajo. Cada trabajo utiliza una cantidad diferente de recursos. El producto o servicio es con frecuencia una sola unidad, tal como una máquina especializada o un proyecto de construcción³³.

El sistema de costos por órdenes de producción u órdenes de servicio, acumula los costos por cada orden, que sea físicamente identificable a medida que avanza su producción. Cuando se agregan los elementos del costo, se registran los insumos consumidos en cada orden y se acumulan en un formato conocido como hoja de costos. La hoja de costos identifica específicamente una orden y contiene los respectivos espacios para acumular los elementos del costo consumidos por dicha orden. Los costos se registran a medida que la orden transita por los diferentes centros de costo, cuando se termina el proceso productivo, la hoja de costos permite conocer el costo total acumulado en la orden y, por lo tanto, el costo unitario del producto.

³¹ *Ibíd.*, P. 34-37

³² POLIMENI, Ralph S., FABOZZI, Frank J., ADELBERG, Arthur H., KOLE, Michael A. Contabilidad de Costos. 1994. P. 238

³³ HORNGREN, Charles; DATAR, Srikant; FOSTER, George. Contabilidad de Costos un Enfoque Gerencial. 2007. P. 99

Este sistema es apto cuando los servicios que se prestan son identificables como pertenecientes a una orden específica o a determinado cliente.

El sistema de costos por procesos se utiliza para medir los costos de manufactura durante un periodo contable y luego distribuirlos entre el número de unidades elaboradas durante ese periodo. Se ocupa del flujo de las unidades a través de varias operaciones o departamentos, sumándosele más costos adicionales en la medida en que avanzan.

En este sistema la unidad de costeo es un proceso de producción. El total de costos de cada proceso dividido por el total de unidades obtenidas en cada pedido en el periodo respectivo, nos da el costo unitario en cada uno de los procesos. El costo total del producto terminado es la suma de los costos unitarios obtenidos en los procesos por donde haya pasado el artículo. Se recomienda aplicar en empresas con producción en serie o continua³⁴.

La base de asignación de los costos es una forma sistemática de vincular un costo indirecto o grupo de costos indirectos con objetos de costos, es decir productos y/o servicios. La base ideal de asignación de los costos es el generador del costo de los costos indirectos, ya que hay una relación de causa y efecto entre la base de aplicación del costo y los costos indirectos. Una base de costo puede ser financiera, por ejemplo los costos directos de mano de obra o puede ser no financiera, como la cantidad de horas-maquina³⁵.

Los dos sistemas de costos pueden funcionar con cada una de las siguientes bases de costos:

- Base Histórica: Los costos que se registran son los que realmente ocurrieron en el proceso productivo. Por esta razón el costo se conoce

³⁴ RINCON, Carlos Augusto, VILLARREAL, Fernando. Costos Decisiones Empresariales. P. 39

³⁵ HORNGREN, Charles; DATAR, Srikant; FOSTER, George. Contabilidad de Costos un Enfoque Gerencial. 2007. P. 99

solo al final del período o al final de la producción o prestación del servicio.

- **Base Predeterminada:** Los costos son calculados con anterioridad a la ocurrencia de los datos reales. Se contabilizan los costos presupuestados y las variaciones entre el presupuesto y el costo real.

Debido a la necesidad de un acceso inmediato a los costos de las órdenes de trabajo o servicio, pocas compañías desean aplicar los costos indirectos hasta el término del año, cuando se conocen los costos indirectos reales, es decir, usar una base histórica. En lugar de ello, se calcula una tasa de costos indirectos predeterminada o presupuestada para cada grupo de costos al principio del año, y los costos indirectos se asignan a la orden de servicio a medida que esta progresa.

Se busca una aproximación cercana de los costos de las diversas órdenes de servicio en forma regular durante el año. La gerencia quiere conocer los costos para diversos usos continuos, tales como, la fijación de precios, la supervisión y administración de los costos, la evaluación de la eficiencia y eficacia de la orden de servicio y la elaboración de estados financieros intermedios. La tasa presupuestada se calcula así:

$$\text{Tasa presupuestada de costos indirectos} = \frac{\text{Costos anuales indirectos presupuestados}}{\text{Base presupuestada de la cantidad anual para la aplicación del costo.}}$$

El uso de tasas presupuestadas de costos indirectos da como resultado el costeo estimado. El costeo estimado es un sistema de costeo que:

1. Atribuye los costos directos a un objeto de costo, usando las tasas reales de costos directos multiplicadas por las cantidades reales de los insumos de costos directos.

2. Asigna los costos indirectos con base en las tasas presupuestadas de costos indirectos multiplicadas por las cantidades reales de la base de aplicación de los costos.

El objetivo es asignar los costos de los recursos indirectos de una manera sistemática a las órdenes de trabajo relacionadas³⁶.

El costeo estimado consiste en el establecimiento previo del costo unitario de prestar un servicio, basado en estimaciones efectuadas de acuerdo con el estudio de cada uno de los elementos del costo, teniendo en consideración la experiencia de períodos anteriores. Basados en la capacidad productiva de un período determinado y la experiencia en el sector puede calcularse la cantidad y el valor de los materiales necesarios para el volumen de producción pronosticado, de la mano de obra, de los servicios y de los costos indirectos.

Las compañías usan con frecuencia bases múltiples de asignación de costos para aplicar los costos indirectos, porque diferentes costos indirectos tienen distintos inductores de costos. Por ejemplo, la depreciación y la reparación de las máquinas está más relacionada con la cantidad de horas de uso de las máquinas. Otros como la supervisión y el apoyo a la prestación del servicio están más relacionados con las horas de mano de obra directa.

Es necesario, identificar inicialmente la base de aplicación y posteriormente, aquellos costos relacionados con cada base de aplicación del costo. Primero se debe entender el inductor del costo, las razones por las cuales se incurre en los costos, para luego determinar los costos asociados con cada inductor de costos.

Al describir el sistema de costos estimado, se observa que los costos unitarios no se han establecido de forma científica, por lo que no es técnicamente

³⁶ Ibid. P. 104

recomendable considerarlos como definitivos, sino, por el contrario; ajustarlos a los costos reales. Por lo anterior, las variaciones resultantes no pueden interpretarse de manera específica como originadas por deficiencias del proceso productivo, sino que, deben tenerse en consideración posibles errores en la estimación del costo.

Las variaciones se asignan de acuerdo a la razón por la cual se producen, ya sea el proceso productivo, casos de fuerza mayor, fraudes, ineficiencias, entre otros. Cuando las variaciones son propias de la producción y su valor es considerable, es conveniente ajustar el valor del costo estimado, realizando las correcciones que las disminuyan o eliminen en períodos futuros. En caso de variaciones muy bajas, conviene conservar el costo estimado.

3.3 MARCO CONTEXTUAL

La empresa AAA Audiovisuales a Tiempo y Cía. Ltda. es una sociedad compuesta por 3 socios, el socio mayoritario es el sr. Diego Manuel Molina Perea identificado con C.C. 94.317.597 quien cuenta con el 90% de las cuotas, también es socia la Sra. Martha Perea identificada con C.C. 51.631.307 quien tiene el 9.5% y la Sra. Paola Andrea Toro identificada con C.C.66.825.016 quien tiene el 0.5%.

La representación legal y la gerencia están en cabeza del sr. Diego, quien es el encargado de dirigir la empresa. Es él quien decide qué equipos se compran, qué equipos se dan de baja, qué otro tipo de inversión se necesita y es él quien autoriza los pagos a proveedores y acreedores de acuerdo al flujo de caja semanal.

Actualmente el contador es el Sr. Frank Mosquera, la auxiliar contable es la Sra. Luz Mary Cruz, ellos se encargan de todo el proceso contable de la compañía, desde la elaboración de la factura hasta la presentación de informes internos y externos, elaboran las declaraciones tributarias y cualquier otro requerimiento en el que se requiera información financiera.

De la dirección operativa se encarga el sr. Julián Quiceno quien comenzó en la compañía como operario contratado por eventos, sin embargo poco a poco su conocimiento y servicio al cliente lo llevaron a escalar dentro de la organización y se ganó la confianza del gerente. Es Julián quien prepara las rutas diarias de equipos y demás actividades, está pendiente que los eventos se lleven a cabo de acuerdo a la solicitud del cliente, que los equipos funcionen y todos los equipos y accesorios que se envían para un evento, vuelvan a la empresa en buen estado. La dirección operativa cuenta con técnicos en audio y video que son las personas encargadas de revisar los equipos, instalarlos, ponerlos en funcionamiento y dar soporte técnico a los clientes. Estos técnicos son quienes tienen contacto directo con el cliente, porque son los que convierten la orden de servicio en una realidad que satisface las expectativas de los clientes.

También, cuenta con personal de apoyo temporal, que participa en el cubrimiento de eventos grandes o en temporadas de mayor demanda y en algunos casos, por solicitud expresa del cliente. No son personas muy calificadas, ya que su labor se centra en el cargue y descargue de equipos o para cubrir eventos pequeños que no requieren mayor conocimiento y experiencia.

Por último, en el área operativa, encontramos el mensajero, quien se encarga de llevar las facturas de los servicios prestados, recoger pagos, soportes, entre otros trámites. En ocasiones, de acuerdo a la necesidad, el mensajero también colabora como técnico en audio y video o como personal de apoyo.

La Sra. Paola Andrea Toro, además de ser socia, es la directora comercial, ella es la encargada de toda la estrategia comercial de la empresa. Autoriza la papelería, tarjetas de presentación, logo, publicaciones en revistas, internet, páginas amarillas, etc. También ha sido fundamental en la diversificación de los productos y servicios que ofrece la compañía, ya que su experiencia y conocimiento le dan la posibilidad de tener una visión amplia del mercado y de cómo satisfacerlo, agregando valor a la compañía y mejorando los resultados económicos.

Cuenta con un asesor comercial quien se encarga de elaborar y enviar las cotizaciones a los clientes y realizar el seguimiento que resulte en el cierre de más negocios. En esta área se realiza la promesa de servicio que el área operativa debe cumplir, con el fin de tener clientes satisfechos.

4. DISEÑO METODOLÒGICO

4.1 TIPO DE INVESTIGACIÒN

La investigación realizada es de tipo descriptiva y argumentativa, descriptiva porque consiste en la caracterización de un hecho o fenómeno estableciendo su estructura o comportamiento. Por medio de la identificación de las actividades realizadas y los recursos utilizados en ellas se determinó el costo de la prestación del servicio de alquiler de equipos audiovisuales para AAA Audiovisuales a Tiempo y Cía. Ltda., con el fin de lograr mayor competitividad y mejores beneficios económicos para la compañía y sus trabajadores.

Argumentativa porque permite concluir a través de la diagramación de los procesos realizados, la descripción de las actividades realizadas y la determinación del costo de la prestación del servicio de alquiler, que es posible controlar el proceso productivo, logrando realizar las actividades de una forma más eficiente y efectiva y que este resultado se traduzca en mayores beneficios económicos.

4.2 MÈTODO DE INVESTIGACIÒN

La presente investigación se basa en fuentes de información primaria y secundaria que permiten conocer la totalidad de las actividades realizadas dentro de la compañía en el alquiler de equipos, desde la solicitud de cotización telefónica o escrita del servicio hasta el cobro efectivo de la factura, pasando por todos los departamentos que participan en la prestación del servicio. Se identifican qué personas y que áreas participan, qué recursos utiliza cada departamento, qué costo tiene el servicio prestado y el tiempo utilizado.

Este conocimiento se analiza utilizando diagramas de flujo para analizar los procesos realizados, las actividades que tienen lugar en los centros de costo, los recursos empleados, las entradas y salidas de cada departamento, todo esto permite al investigador una visión más clara de la información recopilada.

Con esta información se calcula el costo estimado del proceso de alquiler de equipos audiovisuales, teniendo en cuenta diversas alternativas que puedan surgir por parte del cliente.

Para el análisis documental se realiza una Matriz de Análisis, que permite enfocar la lectura en los conceptos clave que se manejan en el problema de investigación, para este caso: **Proceso, Actividad, Componentes del Costo y Servicio**, trabajados por cada uno de los autores consultados, la manera cómo relacionan los conceptos y cómo dan solución al problema planteado en sus investigaciones.

Basándose en los resultados obtenidos con las dos técnicas utilizadas, se realizó la identificación del proceso de alquiler de equipos y se determinó su costo estimado.

4.3 FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información usadas en esta investigación son primarias y secundarias. Las primarias corresponden al personal de la compañía, desde el operario que se contrata por eventos, hasta la gerencia general.

Como fuentes secundarias se tiene la revisión bibliográfica de libros electrónicos, bibliografía recomendada por el tutor, artículos de revistas de reconocimiento académico y empresarial y trabajos académicos en los que se haya desarrollado el tema de la identificación y costeo de procesos en el sector de servicios.

4.4 TÈCNICAS DE RECOLECCIÒN DE INFORMACIÒN

4.4.1 Entrevista semi-estructurada: Se establecen preguntas precisas, pero el entrevistado tiene la posibilidad de argumentar y expandir los temas o conceptos mencionados.

4.4.2 Análisis documental: Se busca seleccionar ideas informativas de diversos documentos para sustentar las conclusiones descritas en el presente documento.

4.5 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÒN DE INFORMACIÒN

Entrevista:

Los resultados obtenidos en las consultas realizadas al personal fueron fundamentales en la elaboración de los diferentes diagramas y en la determinación del costo.

5. DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS

El desarrollo del objetivo general y de los objetivos específicos, se realizó en las tablas que se presentan a continuación en el siguiente orden:

Tabla 1. Reseña histórica

Tabla 2. Portafolio de servicios

Tabla 3. Misión y Visión

Tabla 4. Organigrama

Tabla 5. Diagrama geográfico

Tabla 6 Convenciones

Tabla 7. Diagrama de bloques

Tabla 8. Diagrama de flujo

Tabla 9. Entrada de datos

Tabla 10. Tabla de operaciones

Tabla 11. Tabla de actividades

Tabla 12. Manual de proceso por cargo

Tabla 13. Costo del personal

Tabla 14. Manual de proceso

Tabla 15. Hoja de costos

Tabla 16. Análisis ¿DOFA¿

Tabla 15. Diagrama propuesta de aplicación

Tabla 1. RESEÑA HISTÓRICA

La compañía AAA Audiovisuales a Tiempo & Cía. Ltda nació hace 15 años por decisión de su propietario y representante legal el Sr. Diego Manuel Molina Perea, un joven proveniente del municipio de Palmira que encontró en los equipos audiovisuales una forma de prestar servicios de calidad y una fuente de ingresos para su familia y la de sus colaboradores. En sus inicios la empresa se dedicó especialmente al alquiler de video beam, ya que en ese momento estos equipos no eran muy comunes porque su precio era bastante alto. Sin embargo, con los avances tecnológicos y la apertura comercial de nuestro país, estos equipos bajaron notablemente de precio, lo que llevó a la compañía a buscar opciones que le permitieran asegurar la continuidad en el mercado. Es así, como inicia la adquisición de equipos para la amplificación de sonido.

Durante varios años, estos dos servicios fueron su mayor fuente de ingresos, pero como las circunstancias del mercado han evolucionado, el Sr. Molina en compañía de su esposa y la permanente colaboración de sus empleados diversificó el portafolio de servicios ofrecido dando como resultado una gran variedad de soluciones que presta hoy como un BTL ampliamente conocido en el sector y con las mejores credenciales emanadas por sus clientes que propagan entre sus amigos y conocidos las ventajas de contar con un proveedor que brinda calidad en los equipos que posee, además de prestar un servicio amable y oportuno.

El buen nombre que ha construido poco a poco, hace que Audiovisuales a Tiempo sea hoy una empresa sólida en el mercado local y con amplio potencial de crecimiento en la gama de servicios que ofrece. Cuenta con personal calificado y con vocación de servicio, un valor que hace la

Fuente: Elaboración propia

INIGO

Tabla 2. Portafolio de Servicios



Fuente: Elaboración propia

INICIO



MISIÓN

Tabla 3. Misión y Visión

AAA AUDIOVISUALES A TIEMPO Y CIA. LTDA. ES UNA COMPAÑÍA VALLECAUCANA COMPROMETIDA CON SUS CLIENTES Y PROVEEDORES, DESTACANDOSE POR LA TRANSPARENCIA DE SU TRABAJO, LA ÚLTIMA TECNOLOGIA, LA EFICIENCIA EN SUS PROCESOS Y LA CALIDAD EN CADA UNO DE LOS SERVICIOS PRESTADOS. NUESTRO LEMA JUSTO A TIEMPO, HACE QUE EL MEDIDOR DE NUESTRO TRABAJO SEA EL TIEMPO DE RESPUESTA A NUESTROS CLIENTES, SIEMPRE PENSADO EN LA COMODIDAD, LAS NECESIDADES Y PRESUPUESTOS DE CADA USUARIO. NUESTRA ORGANIZACION TRABAJARÁ INCANSABLEMENTE HASTA LOGRAR LAS EXPECTATIVAS ESPERADAS SATISFACIENDO LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS TECNICOS DE ACUERDO A LA CATEGORIA DEL EVENTO, PORQUE SU ÉXITO ES EL NUESTRO.

VISIÓN

CONVERTIR A AAA AUDIOVISUALES A TIEMPO Y CIA. LTDA. EN LA PRIMERA EMPRESA EN EL VALLE DEL CAUCA QUE SATISFACE NECESIDADES LOGISTICAS A EMPRESAS O INDIVIDUOS EN EL MENOR TIEMPO POSIBLE, BAJO LA PREMISA DE EFICIENCIA, CALIDAD Y DISTINCION.

Fuente: Elaboración propia



Tabla 4. ORGANIGRAMA

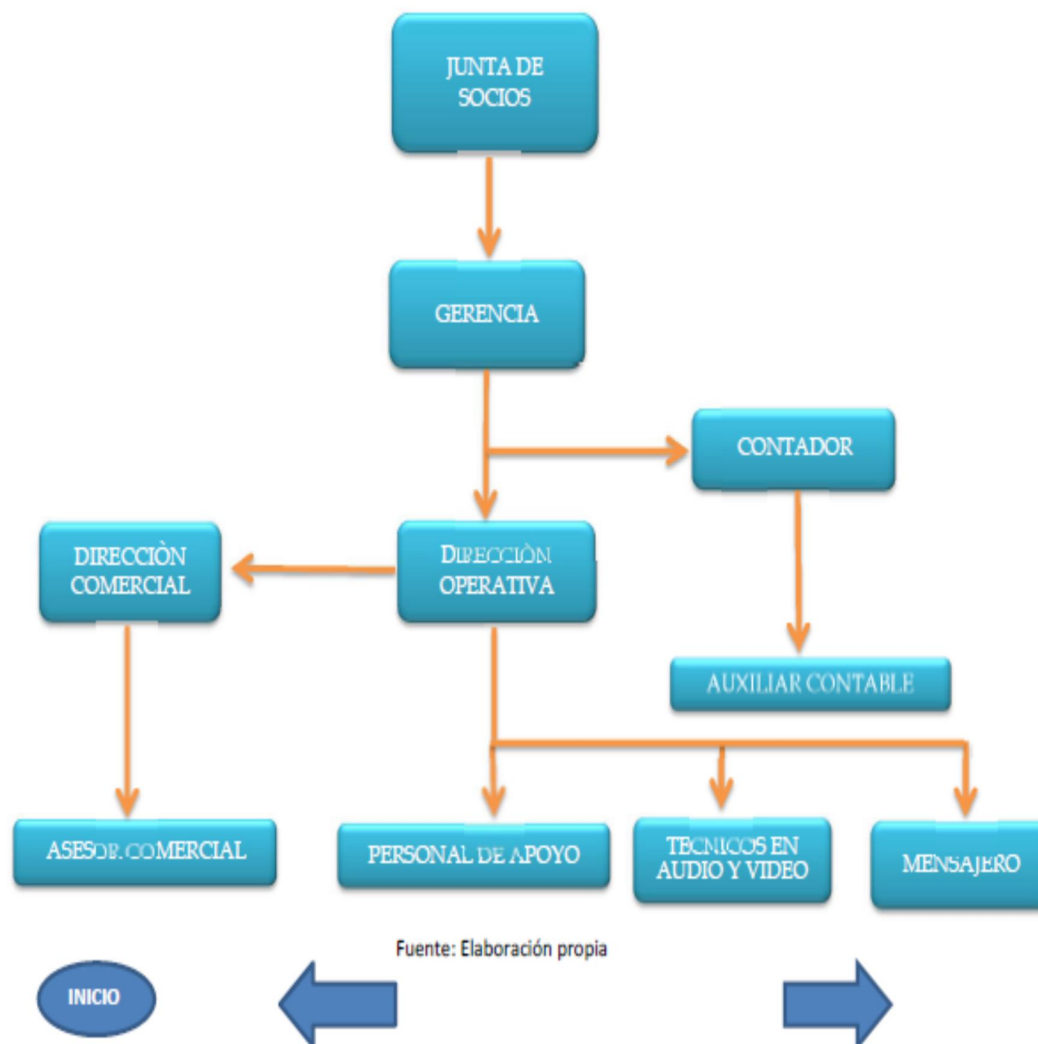


Tabla 5. DIAGRAMA GEOGRÁFICO AAA AUDIOVISUALES A TIEMPO Y CIA. LTDA.
--

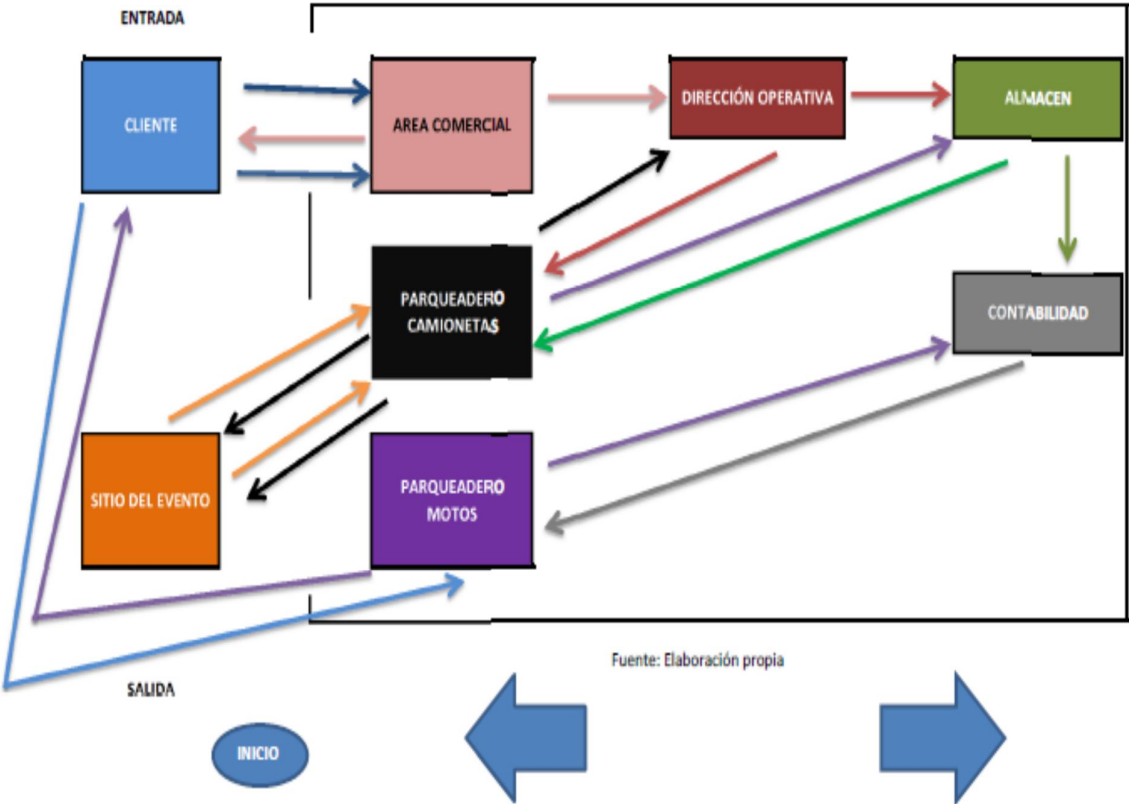


Tabla 6. CONVENCIONES

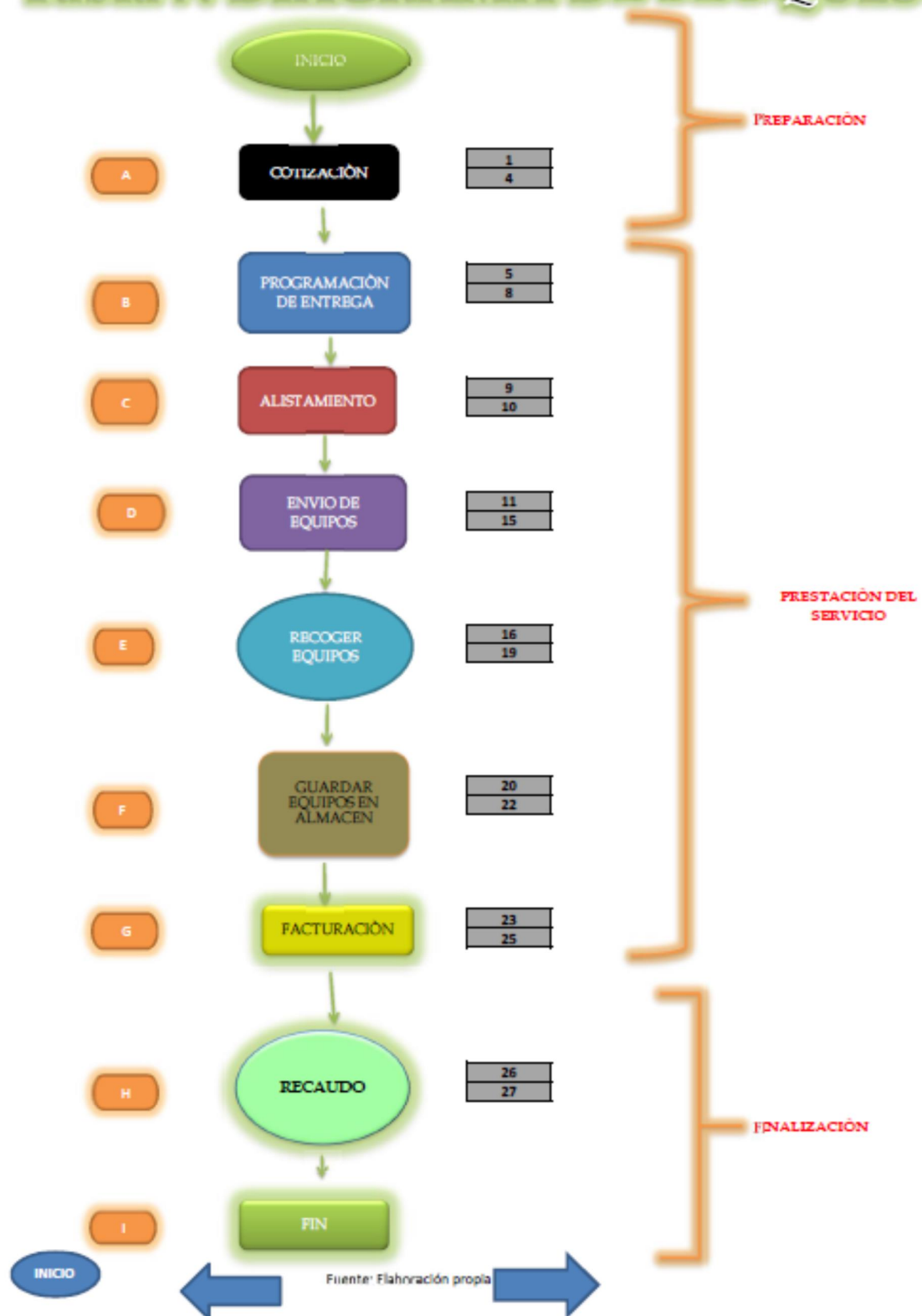
ICONO	Descripción
	Actividad
	Transporte
	Decisión
	Inspección
	Documentación
	Espera
	Almacenamiento
	Dirección
	Transmisión
	Conector
	Limites

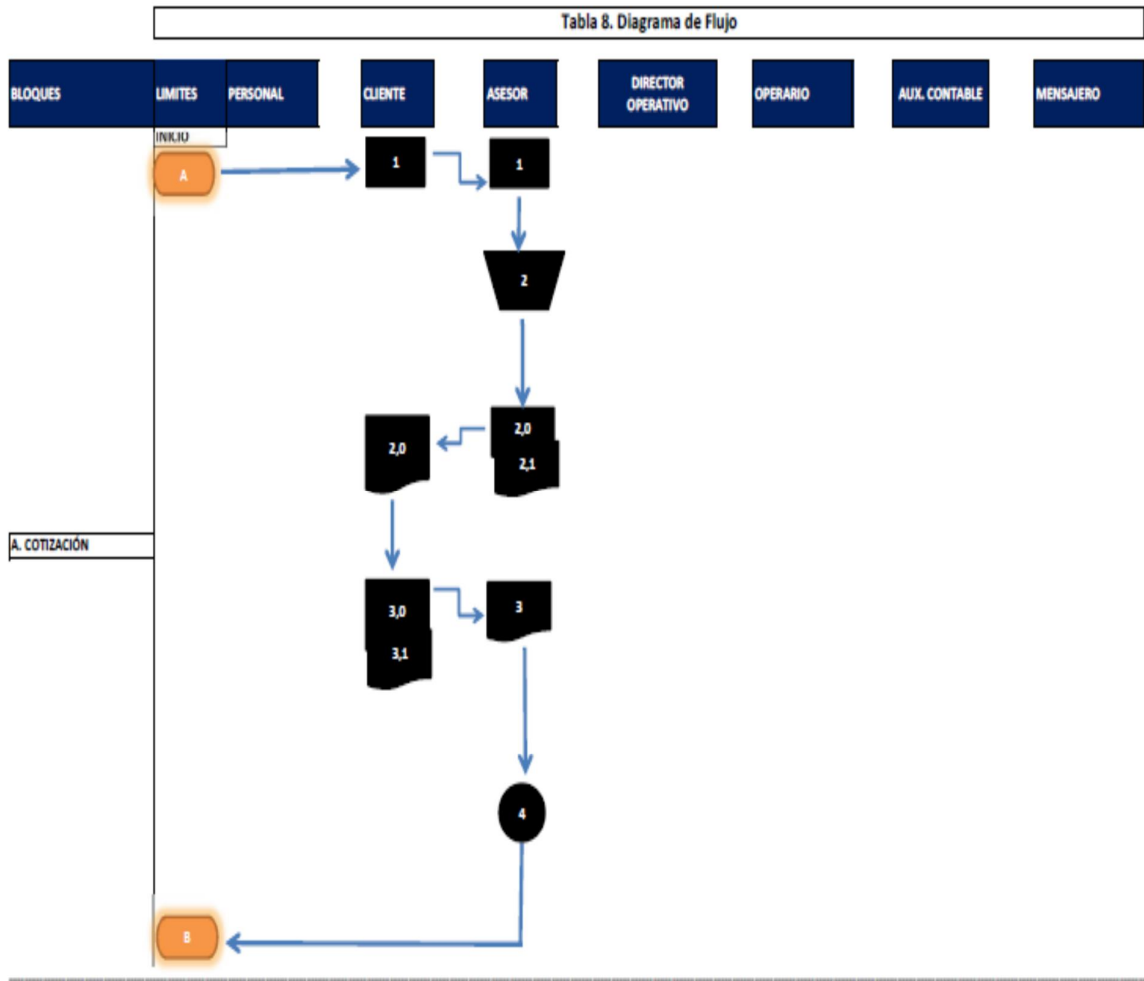
Fuente: HARRINGTON, H. James. Mejoramiento de los Procesos de la Empresa. P. 106-110 Figura 4.5 Símbolos estándares para los diagramas de flujo

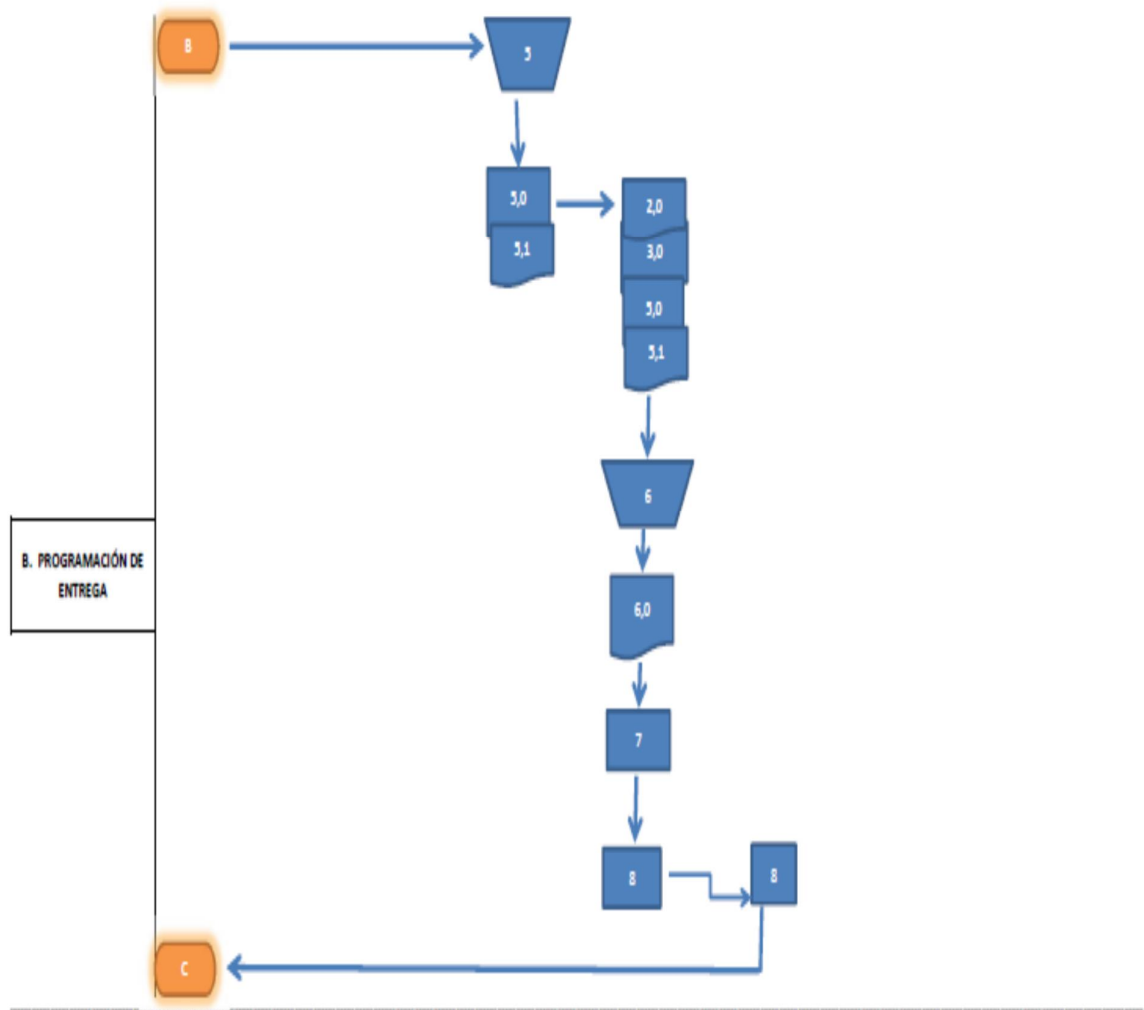
INICIO

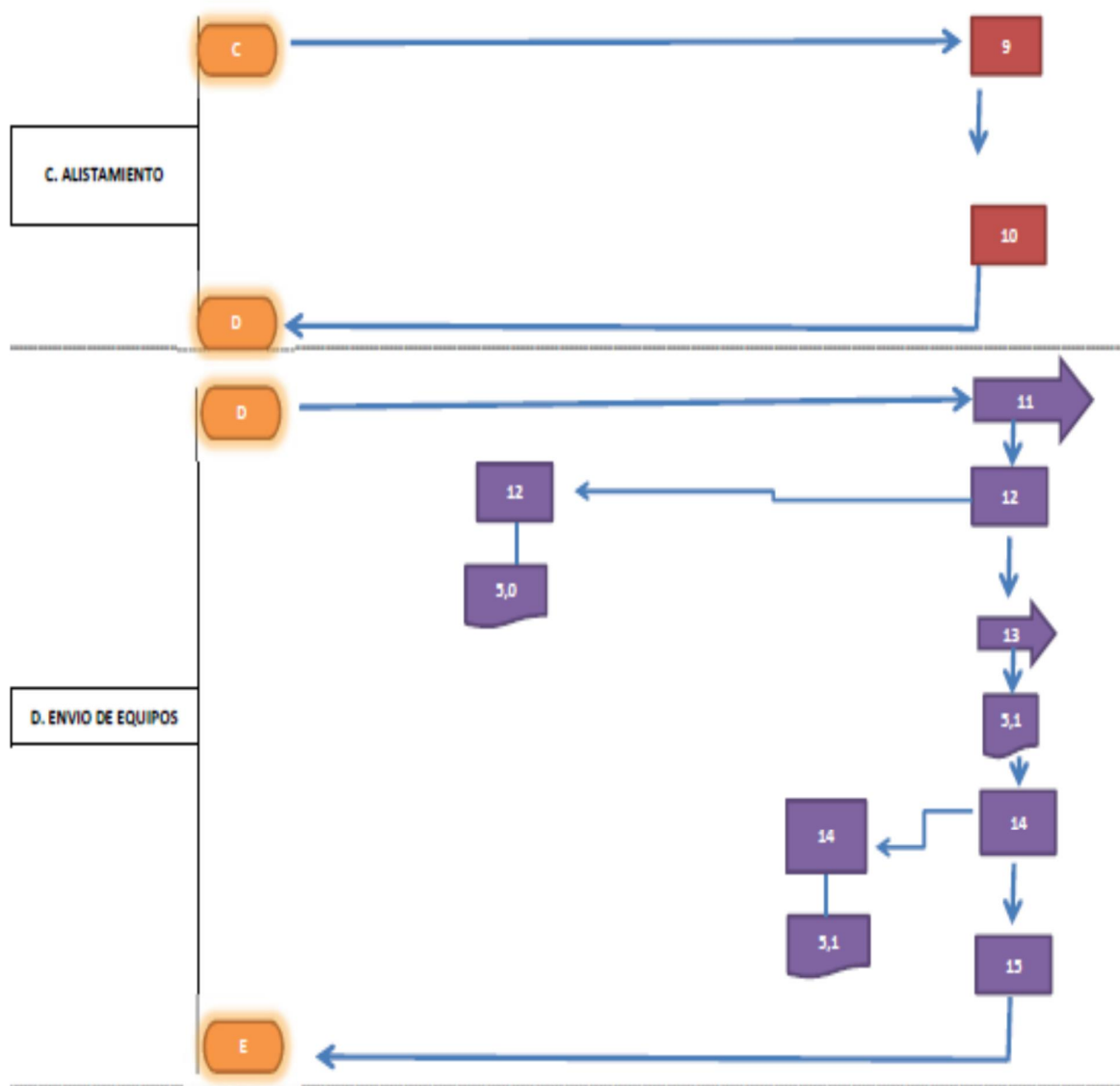


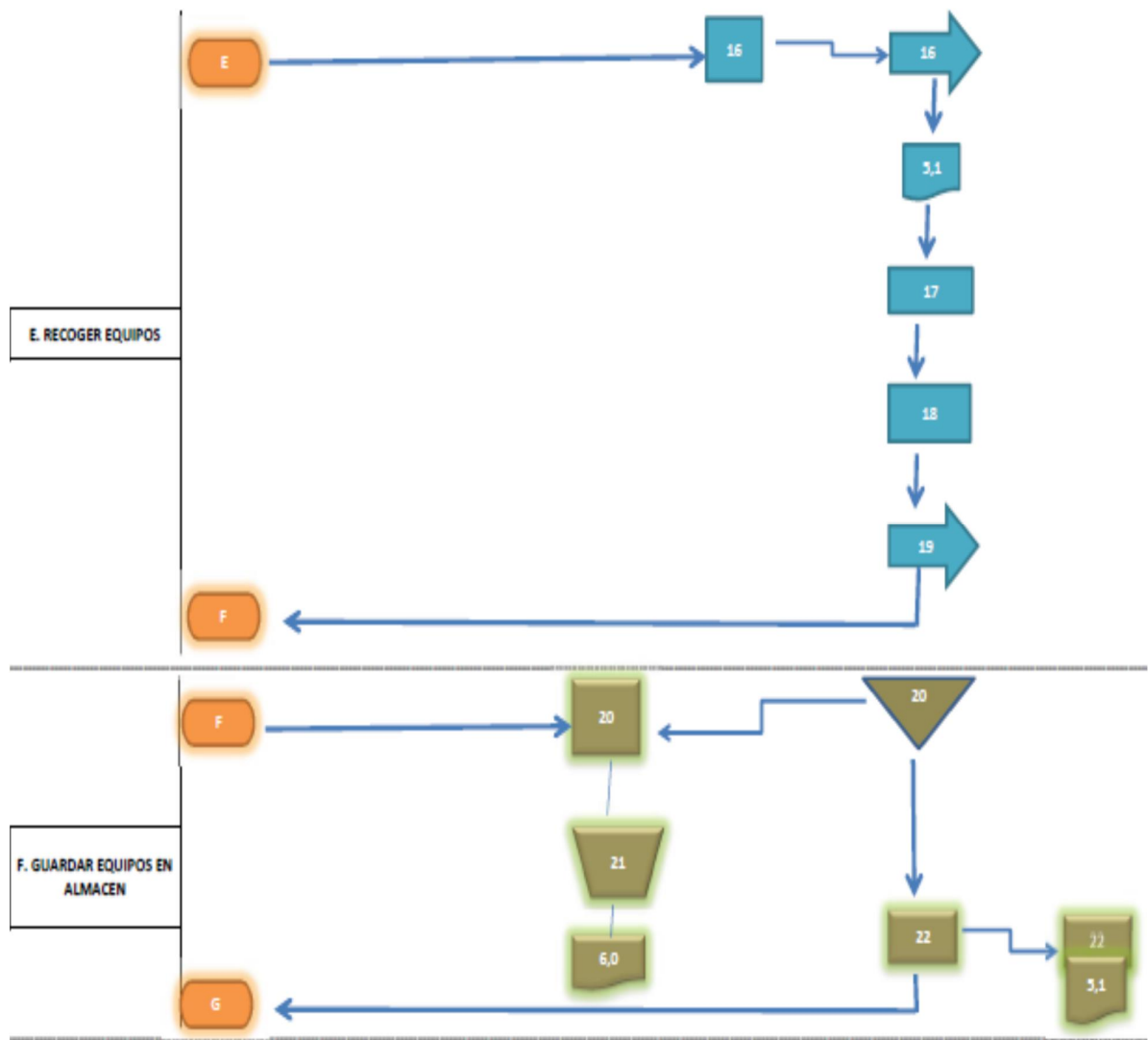
Tabla 7. DIAGRAMA DE BLOQUES

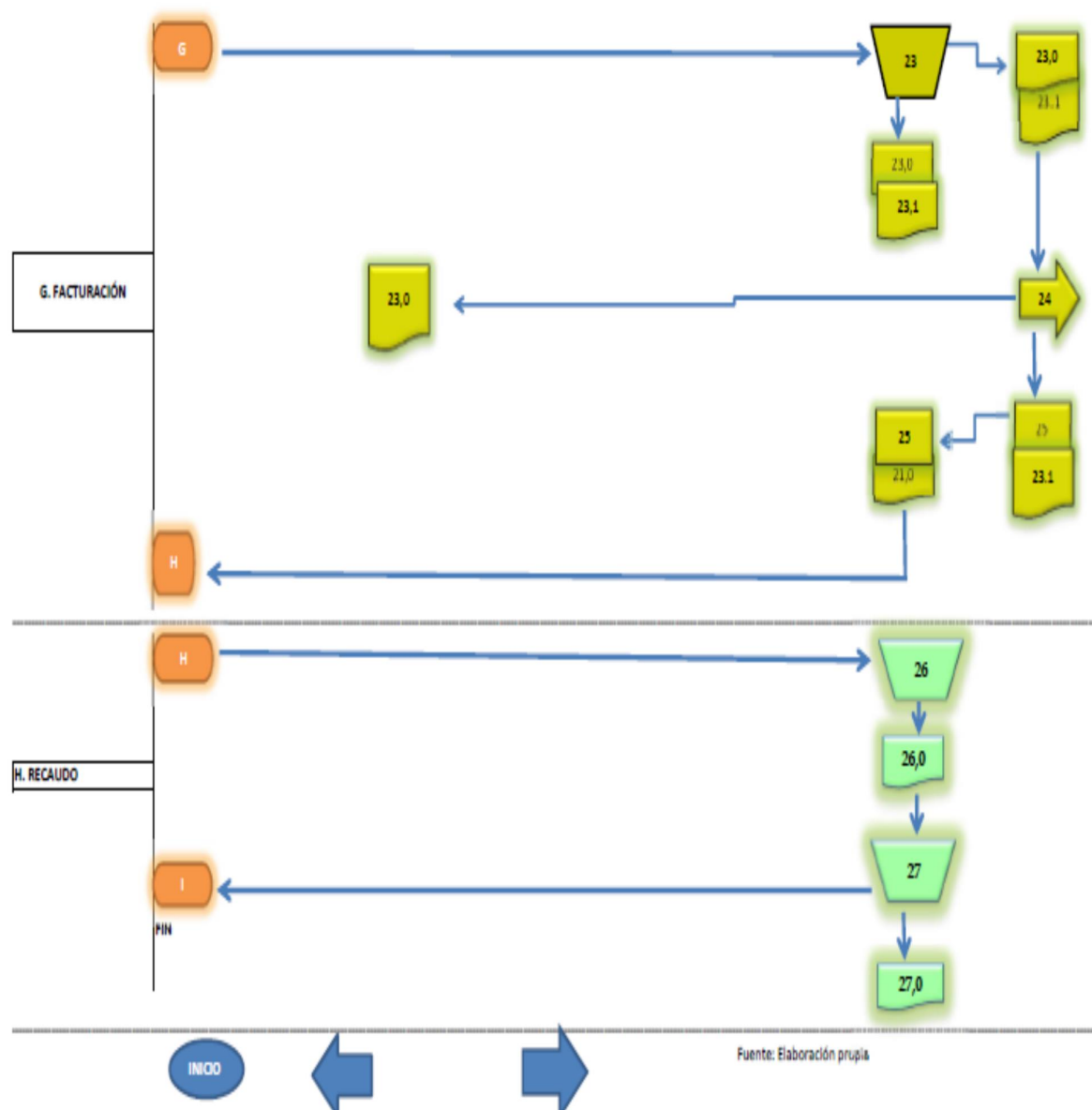












PERSONAL	ACT	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	DOCUMENTO	ACTUALIZACIÓN DE REGISTRO
ASESOR COMERCIAL/CLIENTE	1	Se comunica para solicitar la prestación del servicio	El cliente contacta a la empresa para conocer el precio del servicio de alquiler de sonido básico. El contacto se realiza a través de llamada telefónica o correo electrónico y en algunos casos el cliente se presenta a la empresa. En la solicitud el cliente debe indicar fecha, lugar y	-	-
ASESOR COMERCIAL	2	Elabora cotización	Después de conocer el requerimiento del cliente, el asesor elabora la cotización y la envía. En esta cotización se especifica la forma de pago y la vigencia de la misma	Cotización con copia	-
CLIENTE/ASESOR COMERCIAL	3	Confirma la prestación del servicio	El cliente después de revisar la cotización y decidir por realizar su evento con Audiovisuales a tiempo contacta nuevamente a la empresa para solicitar el servicio y suministrar cualquier dato adicional o aclarar cualquier duda pendiente durante la cotización.	Carta o correo electrónico con la confirmación del evento	-
ASESOR COMERCIAL	4	Revisa disponibilidad de equipos en la fecha solicitada	Antes de confirmarle al cliente la reserva de los equipos solicitados en alquiler, revisa que para la fecha solicitada estén disponibles.	-	Revisión del registro de equipos alquilados para la fecha del evento

PERSONAL	ACT	ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	DOCUMENTO	ACTUALIZACIÓN DE REGISTRO
ASESOR COMERCIAL	5	Elabora remisión	El asesor elabora la remisión con todos los datos del cliente (Razon social, NIT, Dirección, Telefono, celular, dirección del evento, horario del evento, nombre del encargado, celular del encargado, equipos solicitados, horario, fecha y cualquier otra observación por parte del cliente (ej. cables adicionales, musica para ambientar, entre otros)	Remisión con copia	Registro de equipos solicitados en la fecha estipulada y fecha y horario para recogerlos

DIRECTOR OPERATIVO	6	Diligencia el registro de programación de eventos	El asesor entrega la remisión y anexa la cotización y la confirmación del cliente al Director Operativo, quien con la información de la remisión realiza el registro de programación de eventos en el día correspondiente.	Programador de Eventos	
--------------------	---	---	--	------------------------	--

DIRECTOR OPERATIVO	7	Programa entrega de equipos y operarios encargados	Se realiza la programación de los equipos que se van a llevar al evento de acuerdo a la disponibilidad y requerimientos técnicos del cliente (si los hay) y se delega a un operario para la entrega en el horario establecido en la remisión	-	-
--------------------	---	--	--	---	---

DIRECTOR OPERATIVO Y TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	8	Comunicación acerca de sitio, horario y equipos solicitados	Se indican al operario los datos del evento y del cliente y las observaciones que sean pertinentes	-	-
---	---	---	--	---	---

PERSONAL	ACT	ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	DOCUMENTO	ACTUALIZACIÓN DE REGISTRO
TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	9	Alista equipos solicitados y revisa que estén completos de acuerdo a la remisión	De acuerdo a las Instrucciones del Director Operativo y los datos de la remisión separa y alista los equipos alquilados y contrasta con la remisión	-	-
TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	10	Realiza montaje de los equipos en la camioneta	Monta los equipos reservados en la camioneta	-	-
TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	11	Transporte hacia el sitio del evento	Con todos los equipos solicitados y la remisión se dirige hacia el sitio del evento en el horario dispuesto por el director operativo	-	-
TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	12	Entrega equipos al cliente y hace firmar la remisión	Descarga los equipos de la camioneta, hace entrega al cliente y hace firmar la remisión como constancia de entrega	Remisión	-
TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	13	Transporte hacia la oficina	Se dirige hacia la oficina de acuerdo a la ruta establecida por el director operativo	-	-
TECNICO EN AUDIO Y VIDEO/DIRECTOR OPERATIVO	14	Entrega de remisión firmada al director operativo	Se reporta ante el director operativo, entrega la remisión firmada por el cliente e informa cualquier tipo de novedad (ej. Horario de recogida, riesgos en el sitio, requerimientos adicionales por parte del cliente, entre otros)	Remisión	-
DIRECTOR OPERATIVO	15	Disposición de la remisión en tabla de equipos pendientes por recoger	La remisión firmada se dispone en la tabla de equipos pendientes por recoger para programar la recogida	-	-

PERSONAL	ACT	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	DOCUMENTO	ACTUALIZACIÓN DE REGISTRO
TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	16	Entrega la remisión y se transporta hacia el sitio del evento para recoger los equipos	El director operativo entrega la remisión al operario para que se dirija hacia el sitio del evento y recoja los equipos alquilados.	Remisión	-
TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	17	Revisa y recoge los equipos alquilados	Recoge los equipos y revisa que estén completos de acuerdo a la remisión firmada por el cliente	Remisión	-
TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	18	Realiza montaje de los equipos en la camioneta	Monta los equipos en la camioneta	-	-
TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	19	Transporte hacia la oficina	Se dirige hacia la oficina de acuerdo a la ruta establecida por el Director Operativo	-	-
TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	20	Descarga la camioneta y lleva los equipos al almacén	Baja los equipos de la camioneta y los dispone en el almacén	-	-
ASESOR COMERCIAL	21	Actualiza registro de disponibilidad de equipos	Registra la recogida de los equipos alquilados, quedando disponibles para una nueva entrega	Registro de actualización	Registro de actualización de equipos disponibles
AUXILIAR CONTABLE / TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	22	Entrega remisión al auxiliar contable	Entrega la remisión al auxiliar contable con cualquier tipo de observación por parte del cliente	Remisión	-

PERSONAL	ACT	ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	DOCUMENTO	ACTUALIZACIÓN DE REGISTRO
AUXILIAR CONTABLE	23	Elaboración de factura y entrega al mensajero	Con los datos de la factura remisión la factura con copia y la entrega al mensajero para la respectiva radicación en la oficina del cliente.	Factura y Copia	-
MENSAJERO	24	Transporte hacia la oficina del cliente para entregar factura	Se dirige hacia la oficina del cliente para radicar la factura	Factura	-
MENSAJERO/ AUXILIAR CONTABLE	25	Entrega de factura firmada por el cliente al auxiliar contable	Entrega la copia de la factura firmada por el cliente al auxiliar contable	Factura	-
AUXILIAR CONTABLE	26	Impresión del movimiento del banco e identificación de las transferencias recibidas vs. Cartera por edades	Imprime el movimiento diario de los bancos dispuestos para el recaudo de cartera, identifica las transferencias realizadas de acuerdo a la información del banco y la cartera actualizada	Movimiento diario del banco	-
AUXILIAR CONTABLE	27	Elaboración del recibo de caja	Elabora el recibo de caja, descarga la cartera del cliente y archiva el recibo de caja y la remisión	Factura y Remisión	-

Tabla 9. ENTRADA DE DATOS

PERSONAL											
PERSONAL INDIRECTO											
NOMBRE DEL EMPLEADO	CARGO	SALARIO BÁSICO	BONIFICACION	HORAS EXTRAS	AUX. TRANSPORTE	MES	HORAS MES	DÍAS HÁBILES	HORAS HÁBILES	MEN HÁBILES	SEG HÁBILES
DIEGO MOLINA	GERENTE	2,000,000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	SEPTIEMBRE	240	25	200	12,000	720,000
SHERLEY DORRONSORO	CONTADORA	500,000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	SEPTIEMBRE	240	25	200	12,000	720,000
OSCAR PINZON	AUXILIAR CONTABLE	1,000,000	\$ 0	\$ 0	\$ 70,500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12,000	720,000
PACOLA TORO	DIRECTORA COMERCIAL	1,200,000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	SEPTIEMBRE	240	25	200	12,000	720,000
ALEXANDER TREJOS	ALMACENISTA	500,000	\$ 0	\$ 0	\$ 70,500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12,000	720,000
PERSONAL DIRECTO											
NOMBRE DEL EMPLEADO	CARGO	SALARIO BÁSICO	BONIFICACION	HORAS EXTRAS	AUX. TRANSPORTE	MES	HORAS MES	DÍAS HÁBILES	HORAS HÁBILES	MEN HÁBILES	SEG HÁBILES
JULIAN QUICENO	DIRECTOR OPERATIVO	1,000,000	0	0	70500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12,000	720,000
YILSON CERON	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	500,000	0	0	70500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12,000	720,000
JONIER MARTINEZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	500,000	0	0	70500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12,000	720,000
OSCAR RAMIREZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	500,000	0	0	70500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12,000	720,000
VICTOR RODRIGUEZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	500,000	0	0	70500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12,000	720,000
WILLINGTON AGUIRRE	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	500,000	0	0	70500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12,000	720,000
MAURICIO CASTRO	MENSAJERO	500,000	0	0	70500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12,000	720,000
DARWIN CAICEDO	ASESOR COMERCIAL	500,000	0	0	70500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12,000	720,000

CISANTIAS	INTERESES DE CISANTIAS	PRIMA DE SERVICIOS	VACACIONES
0.001	0.01	0.003	0.001

ARF	SENA	ICBF	CAJA DE COMPENSACION
0.02X6	0	0	0.04

PENSION	SALUD
0.12	0.005
0.12	0.005

DÍAS HÁBILES DEL MES	25
HORAS DEL DÍA	8
MINUTOS DE LA HORA	60

MATERIALES

DESCRIPCION	CANTIDAD	REFERENCIA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDADES	PRECIO TOTAL
PAPELERIA	1	RESMA	HOJAS	300	\$ 7,100
COMBUSTIBLE	1	GALON	UNIDADES	1	\$ 8,200
PILAS	2	UNIDAD	UNIDADES	2	\$ 9,900
REMISIONES	1	RESMA	UNIDADES	30	\$ 12,000
TABLA PROG. EVENTOS	1	TABLA	UNIDADES	300	\$ 90,000

Costos Generales de fabricación

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR MENSUAL
SEGUROS CONTRA ROBO CAMIONETAS	1	\$ 187,180.0
INTERNET	1	\$ 47,248
ASEO OFICINA	1	\$ 120,000.0
CONTRATO DE MANTENIMIENTO PROGRAMA CONTABLE	1	\$ 30,363
SERVICIO DE MONITORIO Y VIGILANCIA	1	\$ 79,486

Servicios Públicos

EUBRO	SEPTIEMBRE
ACUEDUCTO-ALCANTARILLADO	\$ 66,392
ENERGIA ELECTRICA	\$ 38,060
ASEO	\$ 46,907
ALUMBRADO PÚBLICO	\$ 22,423
TELEFONO 6594867	\$ 33,190
TELEFONO 6594871	\$ 28,726
TELEFONO 6672882	\$ 48,241
TELEFONO CLARO	\$ 30,000
CELULAR DIR. COMERCIAL	\$ 167,888
CELULAR DIR. OPERATIVO	\$ 194,299
CELULAR ASISOR COMERCIAL	\$ 168,395
TOTALES	\$ 983,598

Maquinaria y Equipo

DESCRIPCION	REF	MARCA	CANTIDAD	VL. UNITARIO	VALOR TOTAL	VIDA ÚTIL
TRIPODES	N/A	N/A	2	\$ 64,000	\$ 128,000	5
CONSOLA	ANALOGA DE 8 CANALES	YAMAHA	1	\$ 1,101,000	\$ 1,101,000	5
MULTITOMA	PG-88	CHAUVET	1	\$ 71,500	\$ 71,500	5
CABINAS	QSC ACTIVA	YAMAHA	2	\$ 2,216,750	\$ 4,433,520	5
MICROFONO INALAMBRICO	N/A	SHURE	1	\$ 1,321,340	\$ 1,321,340	5
MICROFONO ALAMBRICO	SHURE	1	1	\$ 53,592	\$ 53,592	5
COMPUTADOR	ESCRITORIO	DELL	1	\$ 990,000	\$ 990,000	5
CAJA DIRECTA	IMP2		1	\$ 144,400	\$ 144,400	5
CABLE DE AUDIO	5 m DH 528-LU 5	PROEL	1	\$ 20,300	\$ 20,300	5
EXTENSION ELECTRICA	5 m	PROEL	4	\$ 26,000	\$ 104,000	5
CABLE VGA	15 m	N/A	1	\$ 43,616	\$ 43,616	5

Muebles y Enseres

DESCRIPCION	CANTIDAD	VL. UNITARIO	VL. TOTAL	VIDA ÚTIL
ESCRITORIOS	8	\$ 150,000	\$ 1,200,000	5
COMPUTADOR DE ESCRITORIO	5	\$ 2,212,750	\$ 11,063,750	5
COMPUTADOR PORTATIL	3	\$ 990,000	\$ 2,970,000	5
SILLAS	6	\$ 15,000	\$ 90,000	5
IMPRESORAS	3	\$ 235,000	\$ 705,000	5

Terrenos y Edificaciones

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL	VIDA ÚTIL
TERRENO OFICINA	1	\$ 72,000,000	\$ 72,000,000	20
EDIFICACION (OFICINA)	1	\$ 160,000,000	\$ 160,000,000	20

FLOTA Y EQUIPO DE TRANSPORTE

DESCRIPCION	REFERENCIA	CANTIDAD	VR. UNITARIO	COSTO ADQUISICIÓN	VIDA ÚTIL
CAMIONETA	NISSAN	1	\$ 33,230,000.00	\$ 33,230,000	5
MOTOCICLETA	AKT-125	1	\$ 2,437,000.00	\$ 2,437,000.00	5

COMPRAS

DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO
ELEMENTOS DE ASEO Y CAPETERIA	UNIDAD	\$ 1.0	\$ 100,000.0

SERVICIOS DIRECTOS

PRODUCTO	VALOR ANUAL	VR. MENSUAL	VR. DIA HÁBIL	VR. HORA HÁBIL	VR. MINUTO HÁBIL	VR. SEGUNDO HÁBIL
PUBLICIDAD - PAGINAS AMARILLAS	\$ 22,701,200	\$ 1,891,767	\$ 75,671	\$ 9,459	\$ 158	\$ 3

Fuente: Elaboración propia

INICIO



Tabla 10. TABLA DE OPERACIONES

NOMINA LEGAL Y REAL

PERSONAL											
PERSONAL INDIRECTO											
NOMBRE DEL EMPLEADO	CARGO	SALARIO BÁSICO	BONIFICACION	HORAS EXTRAS	AUX. TRANSPORTE	MES	HORAS MES	DÍAS HÁBILES	HORAS HÁBILES	MÍN HÁBILES	SEG HÁBILES
DIEGO MOLINA	GERENTE	\$ 2.000.000	0	0	\$ -	SEPTIEMBRE	240	25	200	12.000	720.000
SHERLEY DOKRONSORO	CONTADORA	\$ 500.000	0	0	\$ -	SEPTIEMBRE	240	25	200	12.000	720.000
OSCAR PINZON	AUXILIAR CONTABLE	\$ 1.000.000	0	0	\$ 70.500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12.000	720.000
PAOLA TORO	DIRECTORA COMERCIAL	\$ 1.200.000	0	0	\$ -	SEPTIEMBRE	240	25	200	12.000	720.000
ALEXANDER TREJOS	ALMACENISTA	\$ 509.500	0	0	\$ 70.500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12.000	720.000
PERSONAL DIRECTO											
NOMBRE DEL EMPLEADO	CARGO	SALARIO BÁSICO	BONIFICACION	HORAS EXTRAS	AUX. TRANSPORTE	MES	HORAS MES	DÍAS HÁBILES	HORAS HÁBILES	MÍN HÁBILES	SEG HÁBILES
JULIAN QUICENO	DIRECTOR OPERATIVO	\$ 1.000.000	0	0	\$ 70.500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12.000	720.000
YILSON CERON	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 509.500	0	0	\$ 70.500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12.000	720.000
JONIER MARTINEZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 509.500	0	0	\$ 70.500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12.000	720.000
OSCAR RAMIREZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 509.500	0	0	\$ 70.500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12.000	720.000
VICTOR RODRIGUEZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 509.500	0	0	\$ 70.500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12.000	720.000
WILLINGTON AGUIRRE	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 509.500	0	0	\$ 70.500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12.000	720.000
MAURICIO CASTRO	MENSAJERO	\$ 509.500	0	0	\$ 70.500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12.000	720.000
DARWIN CAICEDO	ASESOR COMERCIAL	\$ 509.500	0	0	\$ 70.500	SEPTIEMBRE	240	25	200	12.000	720.000
DEVENGADOS											
PERSONAL INDIRECTO											
NOMBRE DEL EMPLEADO	CARGO	SUELDO	BONIFICACION	HORAS EXTRAS	AUX. TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO					
DIEGO MOLINA	GERENTE	\$ 2.000.000	\$ -	\$ -	0	\$ 2.000.000					
SHERLEY DOKRONSORO	CONTADORA	\$ 500.000	\$ -	\$ -	0	\$ 500.000					
OSCAR PINZON	AUXILIAR CONTABLE	\$ 1.000.000	\$ -	\$ -	70500	\$ 1.070.500					
PAOLA TORO	DIRECTORA COMERCIAL	\$ 1.200.000	\$ -	\$ -	0	\$ 1.200.000					
ALEXANDER TREJOS	ALMACENISTA	\$ 509.500	\$ -	\$ -	70500	\$ 580.000					

PERSONAL DIRECTO						
NOMBRE DEL EMPLEADO	CARGO	SUELDO	BONIFICACION	HORAS EXTRAS	AUX TRANSF.	TOTAL DEVENGADO
JULIAN QUICENO	DIRECTOR OPERATIVO	\$ 1,000,000	\$ -	\$ -	70500	\$ 1,070,500
YILSON CERON	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 589,500	\$ -	\$ -	70500	\$ 660,000
JONIER MARTINEZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 589,500	\$ -	\$ -	70500	\$ 660,000
OSCAR RAMIREZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 589,500	\$ -	\$ -	70500	\$ 660,000
VICTOR RODRIGUEZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 589,500	\$ -	\$ -	70500	\$ 660,000
WILLINGTON AGUIRRE	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 589,500	\$ -	\$ -	70500	\$ 660,000
MAURICIO CASTRO	MENSAJERO	\$ 589,500	\$ -	\$ -	70500	\$ 660,000
DARWIN CAICEDO	ASESOR COMERCIAL	\$ 589,500	\$ -	\$ -	70500	\$ 660,000

PRESTACIONES SOCIALES

PERSONAL INDIRECTO

NOMBRE DEL EMPLEADO	CARGO	BASE PARA EL CALCULO	CESANTIAS	INTERESES SOBRE CESANTIAS	PRIMA DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL
DIEGO MOLINA	GERENTE	\$ 2,000,000	\$ 100,000	\$ 20,000	\$ 100,000	\$ 83,400	\$ 430,000
SHIRLEY DORRONSORO	CONTADORA	\$ 500,000	\$ 41,060	\$ 5,000	\$ 41,060	\$ 20,550	\$ 109,150
OSCAR PINZON	AUXILIAR CONTABLE	\$ 1,070,500	\$ 89,173	\$ 10,705	\$ 89,173	\$ 44,040	\$ 233,090
PAOLA TORO	DIRECTORA COMERCIAL	\$ 1,200,000	\$ 99,900	\$ 12,000	\$ 99,900	\$ 50,040	\$ 261,900
ALEXANDER TREJOS	ALMACENISTA	\$ 600,000	\$ 54,978	\$ 6,600	\$ 54,978	\$ 27,522	\$ 144,078

PERSONAL DIRECTO

NOMBRE DEL EMPLEADO	CARGO	BASE PARA EL CALCULO	CESANTIAS	INTERESES SOBRE CESANTIAS	PRIMA DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL
JULIAN QUICENO	DIRECTOR OPERATIVO	\$ 1,070,500	\$ 89,173	\$ 10,705	\$ 89,173	\$ 44,040	\$ 233,090
YILSON CERON	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 660,000	\$ 54,978	\$ 6,600	\$ 54,978	\$ 27,522	\$ 144,078
JONIER MARTINEZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 660,000	\$ 54,978	\$ 6,600	\$ 54,978	\$ 27,522	\$ 144,078
OSCAR RAMIREZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 660,000	\$ 54,978	\$ 6,600	\$ 54,978	\$ 27,522	\$ 144,078
VICTOR RODRIGUEZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 660,000	\$ 54,978	\$ 6,600	\$ 54,978	\$ 27,522	\$ 144,078
WILLINGTON AGUIRRE	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 660,000	\$ 54,978	\$ 6,600	\$ 54,978	\$ 27,522	\$ 144,078
MAURICIO CASTRO	MENSAJERO	\$ 660,000	\$ 54,978	\$ 6,600	\$ 54,978	\$ 27,522	\$ 144,078
DARWIN CAICEDO	ASESOR COMERCIAL	\$ 660,000	\$ 54,978	\$ 6,600	\$ 54,978	\$ 27,522	\$ 144,078

CESANTIAS	INTERESES SOBRE CESANTIAS	PRIMA	VACACIONES
8.33%	1.00%	8.33%	4.17%

PARAFISCALES Y ARP

PERSONAL INDIRECTO

NOMBRE DEL EMPLEADO	CARGO	BASE PARA EL CALCULO	ARP	SENA	ICBF	CAJA	TOTAL
DIEGO MOLINA	GERENTE	\$ 2,000,000	\$ 10,440	\$ -	\$ 0	\$ 80,000	\$ 90,440
SHIRLEY DORRONSORO	CONTADORA	\$ 500,000	\$ 2,610	\$ -	\$ 0	\$ 20,000	\$ 22,610
OSCAR PINZON	AUXILIAR CONTABLE	\$ 1,000,000	\$ 5,220	\$ -	\$ 0	\$ 40,000	\$ 45,220
PAOLA TORO	DIRECTORA COMERCIAL	\$ 1,200,000	\$ 6,204	\$ -	\$ 0	\$ 48,000	\$ 54,204
ALEXANDER TREJOS	ALMACENISTA	\$ 589,500	\$ 3,154	\$ -	\$ 0	\$ 23,580	\$ 26,734

ARP	SENA	ICBF
1.044%	0.00%	0.00%
0.53%		

PERSONAL DIRECTO

NOMBRE DEL EMPLEADO	CARGO	BASE PARA EL CALCULO	ARP	SENA	ICBF	CAJA	TOTAL
JULIAN QUICENO	DIRECTOR OPERATIVO	\$ 1,000,000	\$ 10,440	\$ -	\$ 0	\$ 40,000	\$ 50,440
YILSON CERON	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 589,500	\$ 3,154	\$ -	\$ 0	\$ 23,580	\$ 26,734
IONIER MARTINEZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 589,500	\$ 3,154	\$ -	\$ 0	\$ 23,580	\$ 26,734
OSCAR RAMIREZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 589,500	\$ 3,154	\$ -	\$ 0	\$ 23,580	\$ 26,734
VICTOR RODRIGUEZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 589,500	\$ 3,154	\$ -	\$ 0	\$ 23,580	\$ 26,734
WILLINGTON AGUIRRE	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 589,500	\$ 3,154	\$ -	\$ 0	\$ 23,580	\$ 26,734
MAURICIO CASTRO	MENSAJERO	\$ 589,500	\$ 3,154	\$ -	\$ 0	\$ 23,580	\$ 26,734

CAJA DE COMPENSACION
4.00%

SEGURIDAD SOCIAL

PERSONAL INDIRECTO

NOMBRE DEL EMPLEADO	CARGO	BASE PARA EL CALCULO	PENSION	SALUD	TOTAL
DIEGO MOLINA	GERENTE	\$ 2,000,000	\$ 240,000	\$ 170,000	\$ 410,000
SHIRLEY DORRONSORO	CONTADORA	\$ 500,000	\$ 60,000	\$ 42,500	\$ 102,500
OSCAR PINZON	AUXILIAR CONTABLE	\$ 1,000,000	\$ 120,000	\$ 85,000	\$ 205,000
PAOLA TORO	DIRECTORA COMERCIAL	\$ 1,200,000	\$ 144,000	\$ 102,000	\$ 246,000
ALEXANDER TREJOS	ALMACENISTA	\$ 589,500	\$ 70,740	\$ 50,108	\$ 120,848

PENSION	SALUD
12%	8.5%

PERSONAL DIRECTO					
NOMBRE DEL EMPLEADO	CARGO	BASE PARA EL CALCULO	PENSION	SALUD	TOTAL SEGURIDAD SOCIAL
JULIAN QUICENO	DIRECTOR OPERATIVO	\$ 1,000,000	\$ 120,000	\$ 85,000	\$ 205,000
YILSON CERON	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 589,500	\$ 70,740	\$ 50,108	\$ 120,848
JONIER MARTINEZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 589,500	\$ 70,740	\$ 50,108	\$ 120,848
OSCAR RAMIREZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 589,500	\$ 70,740	\$ 50,108	\$ 120,848
VICTOR RODRIGUEZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 589,500	\$ 70,740	\$ 50,108	\$ 120,848
WILLINGTON AGUIRRE	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 589,500	\$ 70,740	\$ 50,108	\$ 120,848
MAURICIO CASTRO	MENSAJERO	\$ 589,500	\$ 70,740	\$ 50,108	\$ 120,848
DARWIN CAICEDO	ASESOR COMERCIAL	\$ 589,500	\$ 70,740	\$ 50,108	\$ 120,848

TOTAL DE NOMINA

PERSONAL INDIRECTO							
NOMBRE DEL EMPLEADO	CARGO	TOTAL NOMINA	VALOR HORA COSTO	VALOR MIN COSTO	VALOR SEGUNDO COSTO	ASIGNADO POR CANT DE PEDIDOS	EN MINUTOS
DIEGO MOLINA	GERENTE	\$ 2,937,040	\$ 12,238	\$ 204	\$ 3	\$ 12,751	\$ 52
SHIRLEY DORRONSORO	CONTADORA	\$ 784,200	\$ 3,059	\$ 51	\$ 1	\$ 3,188	\$ 13
OSCAR PINZON	AUXILIAR CONTABLE	\$ 1,554,410	\$ 6,477	\$ 108	\$ 2	\$ 6,749	\$ 28
PAOLA TORO	DIRECTORA COMERCIAL	\$ 1,762,224	\$ 7,343	\$ 122	\$ 2	\$ 7,651	\$ 31
ALEXANDER TREJOS	ALMACENISTA	\$ 954,000	\$ 3,978	\$ 66	\$ 1	\$ 4,145	\$ 17
	TOTAL	\$ 7,942,594				\$ 34,483	\$ 142

PERSONAL DIRECTO					
NOMBRE DEL EMPLEADO	CARGO	TOTAL NOMINA	VALOR HORA	VALOR MINUTO	VALOR SEGUNDO
JULIAN QUICENO	DIRECTOR OPERATIVO	\$ 1,559,630	\$ 6,496	\$ 108	\$ 2
YILSON CERON	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 954,000	\$ 3,978	\$ 66	\$ 1
JONIER MARTINEZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 954,000	\$ 3,978	\$ 66	\$ 1
OSCAR RAMIREZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 954,000	\$ 3,978	\$ 66	\$ 1
VICTOR RODRIGUEZ	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 954,000	\$ 3,978	\$ 66	\$ 1
WILLINGTON AGUIRRE	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 954,000	\$ 3,978	\$ 66	\$ 1
MAURICIO CASTRO	MENSAJERO	\$ 954,000	\$ 3,978	\$ 66	\$ 1
DARWIN CAICEDO	ASESOR COMERCIAL	\$ 924,920	\$ 3,854	\$ 64	\$ 1

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO	TOTAL MIN	TOTAL MIN	VE. MIN	TOTAL NOM	CLASIFICACION
1	CLIENTE	00:03:00	00:03:00	3.00	\$ 64	\$ 193	DIRECTO
2	ASESOR COMERCIAL	00:02:00	00:02:00	2.00	\$ 64	\$ 128	DIRECTO
3	CLIENTE/ASESOR COMERCIAL	00:03:00	00:03:00	3.00	\$ 64	\$ 193	DIRECTO
4	ASESOR COMERCIAL	00:03:00	00:03:00	3.00	\$ 64	\$ 193	DIRECTO
5	ASESOR COMERCIAL	00:01:30	00:01:30	1.50	\$ 64	\$ 96	DIRECTO
6	DIRECTOR OPERATIVO	00:00:30	00:00:30	0.50	\$ 108	\$ 54	DIRECTO
7	DIRECTOR OPERATIVO	00:02:30	00:02:30	2.50	\$ 108	\$ 271	DIRECTO
8	DIRECTOR OPERATIVO Y TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	00:02:30	00:02:30	2.50	\$ 175	\$ 437	DIRECTO
9	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	00:01:00	00:01:00	1.00	\$ 66	\$ 66	DIRECTO
10	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	00:01:00	00:01:00	1.00	\$ 66	\$ 66	DIRECTO
11	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	00:50:00	00:50:00	50.00	\$ 66	\$ 3,315	DIRECTO
12	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	00:01:00	00:01:00	1.00	\$ 66	\$ 66	DIRECTO
13	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	00:50:00	00:50:00	50.00	\$ 66	\$ 3,315	DIRECTO
14	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO/DIRECTOR OPERATIVO	00:01:00	00:01:00	1.00	\$ 175	\$ 175	DIRECTO
15	DIRECTOR OPERATIVO	00:01:00	00:01:00	1.00	\$ 108	\$ 108	DIRECTO
16	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	00:01:00	00:01:00	1.00	\$ 66	\$ 66	DIRECTO
17	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	00:01:00	00:01:00	1.00	\$ 66	\$ 66	DIRECTO
18	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	00:01:00	00:01:00	1.00	\$ 66	\$ 66	DIRECTO
19	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	00:50:00	00:50:00	50.00	\$ 66	\$ 3,315	DIRECTO
20	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	00:01:00	00:01:00	1.00	\$ 66	\$ 66	DIRECTO
21	ASESOR COMERCIAL	00:01:00	00:01:00	1.00	\$ 64	\$ 64	DIRECTO
22	AUXILIAR CONTABLE/ TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	00:01:00	00:01:00	1.00	\$ 174	\$ 174	MDTO
23	AUXILIAR CONTABLE	00:01:00	00:01:00	1.00	\$ 108	\$ 108	INDIRECTO
24	MENSAJERO	01:00:00	01:00:00	60.00	\$ 66	\$ 3,978	DIRECTO
25	MENSAJERO/ AUXILIAR CONTABLE	00:01:00	00:01:00	1.00	\$ 174	\$ 174	MDTO
26	AUXILIAR CONTABLE	00:01:00	00:01:00	1.00	\$ 108	\$ 108	INDIRECTO
27	AUXILIAR CONTABLE	00:01:00	00:01:00	1.00	\$ 108	\$ 108	INDIRECTO

ESTADISTICA DE SERVICIOS PRESTADOS EN LOS ULTIMOS 3 MESES POR PRODUCTO

SERVICIO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	TOTAL	FFTO. SEPT
VIDEO TEAM	97	\$ 95	\$ 94	\$ 286	\$ 95
SONIDO	75	\$ 72	\$ 77	\$ 224	\$ 75
FILMACION	15	\$ 12	\$ 8	\$ 35	\$ 12
OTROS	45	\$ 48	\$ 53	\$ 146	\$ 49
TOTAL	232	227	232	691	230

MATERIALES

DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNIDADES	PRECIO TOTAL	PRECIO UNIT	UNIDS UTILIZADAS	VALOR CANT. UTILIZADA	UNIDS CONSUM. RECORRIDO MOTO	UNIDS CONSUM. RECORRIDO VEHICULO	VR RECORRIDO CAMIONETA	VR RECORRIDO MOTO
PAPELERIA	1	HOJAS	500	\$ 7,100.00	\$ 14	0	35				
COMBUSTIBLE	1	UNIDADES	1	\$ 8,200.00	\$ 8,200	1.5	12,300	0.5	1	\$ 8,200	\$ 4,100
FILAS	2	UNIDADES	2	\$ 9,950.00	\$ 4,950	2	9,950				
EMISIONES	1	UNIDADES	50	\$ 12,000.00	\$ 240	1	240				
TARLA PROG. EVENTOS	1	UNIDADES	200	\$ 90,000.00	\$ 450	1	450				

Costos Generales de fabricación

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	DIAS HABILDES	VALOR DIA	VALOR HORA	VALOR MINUTO	VALOR SEGUNDO	TIEMPO SERVICIO	MINUTOS	SEGUNDOS
SEGUROS CONTRA ROBO CAMIONETAS	\$ 107,150	25	\$ 4,286	\$ 857	\$ 14	\$ 0.23	04:03:00	243	14,580
INTERNET	\$ 87,245	25	\$ 3,490	\$ 698	\$ 12	\$ 0.20	04:03:00	243	14,580
ASBO OFICINA	\$ 120,000	25	\$ 4,800	\$ 960	\$ 16	\$ 0.27	04:03:00	243	14,580
CONTRATO DE MANTENIMIENTO PROGRAMA CONTABLE	\$ 50,363	25	\$ 2,015	\$ 403	\$ 7	\$ 0.12	04:03:00	243	14,580
SERVICIO DE MONITORIO Y VIGILANCIA	\$ 79,485	25	\$ 3,180	\$ 636	\$ 11	\$ 0.18	04:03:00	243	14,580
TOTAL	\$ 454,239							\$ 243.0	

MESES DEL AÑO	12
DIAS HABILDES DEL MES	25
HORAS DEL DIA TRABAJADAS	8
TOTAL HORAS DIA	24
MINUTOS DE LA HORA	60

Servicios públicos

RUBRO	SEPTIEMBRE	DIAS HABILIS	VALOR DIA	VALOR HORA	MINUTO	VLK SGB	TIEMPO SERVICIO	MINUTOS	SGB	TOTAL	VALOR MINUTO
ACUEDUCTO- ALCANTARILLADO	\$ 66,392	25	\$ 2,655.06	\$ 331.90	\$ 5.33	\$ 0.09	04:03:00	243	14550	\$ 1,344.44	
ENERGIA ELCTRICA	\$ 53,000	25	\$ 2,322.40	\$ 290.30	\$ 4.84	\$ 0.08	04:03:00	243	14550	\$ 1,175.72	
ASFO	\$ 48,987	25	\$ 1,879.48	\$ 234.94	\$ 3.92	\$ 0.07	04:03:00	243	14550	\$ 951.49	
ALUMBRADO PUBLICO	\$ 22,423	25	\$ 894.92	\$ 112.12	\$ 1.87	\$ 0.03	04:03:00	243	14550	\$ 454.07	
TELEFONO 6534407	\$ 33,190	25	\$ 1,327.60	\$ 166.95	\$ 2.77	\$ 0.05	04:03:00	243	14550	\$ 672.10	
TELEFONO 6534071	\$ 29,726	25	\$ 1,189.04	\$ 148.63	\$ 2.48	\$ 0.04	04:03:00	243	14550	\$ 603.95	
TELEFONO 0672002	\$ 48,241	25	\$ 1,929.64	\$ 241.21	\$ 4.02	\$ 0.07	04:03:00	243	14550	\$ 978.88	
TELEFONO CLARO	\$ 50,000	25	\$ 2,000.00	\$ 250.00	\$ 4.17	\$ 0.07	04:03:00	243	14550	\$ 1,012.50	
CEL. DIR. COMERCIAL	\$ 107,889	25	\$ 4,715.56	\$ 589.45	\$ 13.99	\$ 0.23	04:03:00	243	14550	\$ 3,399.75	
CEL. DIR. OPERATIVO	\$ 194,299	25	\$ 7,771.96	\$ 971.50	\$ 16.19	\$ 0.27	04:03:00	243	14550	\$ 3,934.55	
CEL. ASesor COMERCIAL	\$ 108,391	25	\$ 4,735.64	\$ 591.90	\$ 14.03	\$ 0.23	04:03:00	243	14550	\$ 3,409.92	
TOTAL	\$ 865,596										
					\$ 75.80	1.239997222	04:03:00	243	14550	\$ 17,933.36	\$ 74

Maquinaria y Equipo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VALOR TOTAL	VIDA UTIL	DEF AÑO	DEF MES	DÍAS HÁBILES	DEF DÍA	DEF HORA	DEF MIN	TIEMPO SERVICIO
TRIPODES	2	\$ 64,000	\$ 128,000	2	64,000	\$ 5,333	25	213	27	0.44	04:03:00 a.m.
CONSOLA	1	\$ 1,101,000	\$ 1,101,000	2	550,500	\$ 45,875	25	1,835	229	3.82	04:03:00 a.m.
MULTITOMA	1	\$ 71,500	\$ 71,500	2	35,750	\$ 2,979	25	119	15	0.25	04:03:00 a.m.
CABLES	2	\$ 2,216,700	\$ 4,433,520	2	2,216,700	\$ 184,730	25	7,389	924	15.39	04:03:00 a.m.
MIC INALAMBRICO	1	\$ 1,321,240	\$ 1,321,240	2	660,620	\$ 55,052	25	2,202	275	4.59	04:03:00 a.m.
MIC ALAMBRICO	1	\$ 53,592	\$ 53,592	2	26,796	\$ 2,233	25	89	11	0.19	04:03:00 a.m.
COMPUTADOR	1	\$ 990,000	\$ 990,000	2	495,000	\$ 41,250	25	1,650	206	3.44	04:03:00 a.m.
CAJA DIRECTA	1	\$ 144,400	\$ 144,400	2	72,200	\$ 6,017	25	241	30	0.50	04:03:00 a.m.
CABLE DE AUDIO	1	\$ 20,300	\$ 20,300	2	10,150	\$ 846	25	34	4	0.07	04:03:00 a.m.
EXT ELÉCTRICA	4	\$ 26,000	\$ 104,000	2	52,000	\$ 4,333	25	173	22	0.36	04:03:00 a.m.
CABLE VGA	1	\$ 43,010	\$ 43,010	2	21,505	\$ 1,817	25	73	9	0.15	04:03:00 a.m.
TOTAL						\$ 350,465					
SUBTOTAL											
IMPORTE PAGAR											
PAGO EN EFECTIVO										\$ 29.21	243

Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	TIEMPO SERVICIO	VR. UNITARIO	VR. TOTAL	CANTIDAD	DEF AÑO	DEF MES	DEF DIA	DEF HORA	DEF MIN	VIDA ÚTIL	MIN
ESCRITORIOS	04:03:00 a.m.	\$ 150,000	\$ 1,200,000	8	240,000	\$ 20,000	800	100	1.07	5	243
COMPUTADOR DE ESCRITORIO	04:03:00 a.m.	\$ 2,212,750	\$ 11,063,750	5	2,212,750	\$ 184,396	7,376	922	15.37	5	243
COMPUTADOR PORTATIL	04:03:00 a.m.	\$ 990,000	\$ 2,970,000	3	594,000	\$ 49,500	1,960	245	4.13	5	243
SILLAS	04:03:00 a.m.	\$ 15,000	\$ 90,000	6	15,000	\$ 1,500	60	8	0.13	5	243
IMPRESORAS	04:03:00 a.m.	\$ 235,000	\$ 705,000	3	141,000	\$ 11,750	470	59	0.96	5	243
TOTAL					\$ 267,146						243

Terrenos y Edificaciones

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL	VIDA ÚTIL	DEF AÑO	DEF MES	DEF DIA	DEF HORA	DEF MIN	TIEMPO SERVICIO	MIN
TERRENO OFICINA	\$ 1	\$ 72,000,000	\$ 72,000,000	20	3,600,000	\$ 300,000	12,000	1,500	25	04:03:00 a.m.	243
EDIFICACION (OFICINA)	\$ 1	\$ 108,000,000	\$ 108,000,000	20	5,400,000	\$ 700,000	25,000	3,500	58	04:03:00 a.m.	243
TOTAL					\$ 1,000,000						243

FLOTA Y EQUIPO DE TRANSPORTE

DESCRIPCION	COSTO ADQUISICIÓN	VIDA ÚTIL	DEF AÑO	DEF MES	DIAS HÁBILES	DEF DIA HÁBIL	DEF HORA	DEF MIN	TIEMPO SERV.	MIN	SBC
CAMIONETA	\$ 33,210,000	5	\$ 6,642,000	\$ 553,500	25	\$ 22,140	\$ 2,768	\$ 46	04:03:00 a.m.	243	14,580
MOTOCICLETA	\$ 2,437,800	5	\$ 487,560	\$ 40,630	25	\$ 1,625	\$ 203	\$ 3	04:03:00 a.m.	243	14,580
TOTAL					\$ 594,130					243	

COMPRAS

DESCRIPCION	VALOR TOTAL	VALOR MENSUAL	VR. DIA HÁBIL	VR. HORA HÁBIL	VR. MINUTO HÁBIL	VR. SEGUNDO HÁBIL	TIEMPO SERVICIO	MINUTOS	SBC
ELEMENTOS DE ASBO Y CAFETERIA	1	\$ 188,850	\$ 7,554	\$ 944.25	\$ 15.74	\$ 0.26	04:03:00 a.m.	243	14,580
								243	

SERVICIOS DIRECTOS

PRODUCTO	VALOR ANUAL	VR. MENSUAL	VR. DIA HÁBIL	VR. HORA HÁBIL	VR. MINUTO HÁBIL	VR. SEGUNDO HÁBIL	TIEMPO SERVICIO	MINUTOS	SEGUNDOS
PUBLICIDAD - PAGINAS AMARILLAS	\$ 22,701,200	\$ 1,891,767	\$ 75,071	\$ 9,459	\$ 158	\$ 3	04:00:00 a.m.	243	14,580
								243	

TOTAL COSTOS GENERALES DE	\$ 5,473,995
---------------------------	--------------

TOTAL COSTOS GENERALES DE	\$ 23,768
---------------------------	-----------

Fuente: Elaboración propia

VALOR MINUTO	\$ 97.79
--------------	----------

INICIO



Tabla 11. TABLA DE ACTIVIDADES

ECCUE	LIMITE	ACT	TEMAS				MATERIA EFECTO						PERSONAL		COSTOS GENERALISTAS FARMACIA	COSTO TOTAL ECC ACTIVIDAD	
			RESPONSABLE	TEMAS DE ACTIVIDAD	TEMAS DE ENTRENAMIENTO	TEMAS DE CIRCULO	MATERIA	COMUNICABLE	TRAS	LESIONES	TABLA DE C. ENTREN.	EFECTO	INDIRECTO				
E. EDUCACION	E	16	TECNICO EN ALERGIAS Y VIREO	CC-100	CC-100	CC-100	CC-100	\$ -	\$ 2,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,000	\$ 38	\$ 2,338.90	
		17	TECNICO EN ALERGIAS Y VIREO	CC-100	CC-100	CC-100	CC-100	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,000	\$ 38	\$ 303.90	
		18	TECNICO EN ALERGIAS Y VIREO	CC-100	CC-100	CC-100	CC-100	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,000	\$ 38	\$ 303.90	
		19	TECNICO EN ALERGIAS Y VIREO	CC-100	CC-100	CC-100	CC-100	\$ -	\$ 2,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,200	\$ 4,889	\$ 17,140.90		
F. CLASIFICACION DE BIENES EN ALMACEN	F	20	TECNICO EN ALERGIAS Y VIREO	CC-100	CC-100	CC-100	CC-100	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,000	\$ 38	\$ 303.90	
		21	ANALISTA DE CLASIFICACION	CC-100	CC-100	CC-100	CC-100	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,000	\$ 38	\$ 303.90	
		22	ANALISTA DE CLASIFICACION / TECNICO EN ALERGIAS Y VIREO	CC-100	CC-100	CC-100	CC-100	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	G	23	ANALISTA DE CLASIFICACION	CC-100	CC-100	CC-100	CC-100	\$ 400	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,000	\$ 38	\$ 303.90
G. FARMACIA		24	ANALISTA DE CLASIFICACION	CC-100	CC-100	CC-100	CC-100	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,000	\$ 38	\$ 303.90	
		25	ANALISTA DE CLASIFICACION	CC-100	CC-100	CC-100	CC-100	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,200	\$ 5,207	\$ 18,338.90		
		26	ANALISTA DE CLASIFICACION	CC-100	CC-100	CC-100	CC-100	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,000	\$ 38	\$ 303.90	
	H	27	ANALISTA DE CLASIFICACION	CC-100	CC-100	CC-100	CC-100	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,000	\$ 38	\$ 303.90	
			TOTALS					\$ 80,000	\$ 12,000	\$ 3,200	\$ 2,400	\$ 4,800	\$ 16,000	\$ 34,400	\$ 71,200	\$ 91,200	

INICIO



Fuente: Elaboración propia

Tabla 12. MANUAL DE PROCESO POR CARGO

ACT	DESCRIPCION	TIEMPO		ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	COSTO TOTAL POR ACTIVIDAD
		TEORICO	INSERTE			
1	ANALISIS COMERCIAL	00:03:00 \$	03	Se comunica para solicitar la prestación del servicio	El cliente contacta a la empresa para conocer el precio del servicio de alquiler de sonido básico. El contacto se realiza a través de llamada telefónica e correo electrónico y en algunos casos el cliente se presenta a la empresa. En la solicitud el cliente debe indicar fecha, lugar y horario del evento.	\$ 011,78
2	ANALISIS COMERCIAL	00:02:00 \$	128	Habera cotización	Después de conocer el requerimiento del cliente, el asesor elabora la cotización y la envía. En esta cotización se especifica la forma de pago y la vigencia de la misma	\$ 002,88
3	ANALISIS COMERCIAL	00:03:00 \$	03	Confirma la prestación del servicio	El cliente después de revisar la cotización y decidir por realizar su evento con Audiovisuales a tiempo contacta nuevamente a la empresa para solicitar el servicio y suministrar cualquier dato adicional e aclarar cualquier duda pendiente durante la cotización.	\$ 011,78
4	ANALISIS COMERCIAL	00:03:00 \$	03	Revisa disponibilidad de equipos en la fecha solicitada	Antes de confirmarle al cliente la reserva de los equipos solicitados en alquiler, revisa que para la fecha solicitada estén disponibles.	\$ 011,78
5	ANALISIS COMERCIAL	00:03:00 \$	06	Habera remisión	El asesor elabora la remisión con todos los datos del cliente (razón social, NIT, Dirección, Teléfono, celular, dirección del evento, horario del evento, nombre del encargado, celular del encargado, equipos solicitados, horario, fecha y cualquier otra observación por parte del cliente (ej. cables adicionales, música para ambientar, entre otros)	\$ 036,88
21	ANALISIS COMERCIAL	00:03:00 \$	04	Actualiza registro de disponibilidad de equipos	Registra la recolección de los equipos asignados, quedando disponibles para una nueva entrega	\$ 303,03
TOTAL ANALISIS COMERCIAL		00:03:00 \$	002,12			\$ 4,348,61

MANUAL DEL PROCESO POR CARGO

ACT	EJECUTANTE	EJECUTIVO		ACTIVIDAD	EJECUCIÓN DE LA ACTIVIDAD	COSTO TOTAL POR ACTIVIDAD
		EJECUTIVO	INSTRUMENTO			
22	AUXILIAR CONTABLE	CC-CE-CC	\$ 108	Entrega remisión al auxiliar contable	Entrega la remisión al auxiliar contable con cualquier tipo de observación por parte del cliente	
23	AUXILIAR CONTABLE	CC-CE-CC	\$ 108	Entrega de factura y entrega al mensajero	Con los datos de la factura remisión la factura con copia y la entrega al mensajero para la respectiva radicación en la oficina del cliente.	\$ 282.36
24	AUXILIAR CONTABLE	CC-CE-CC	\$ 108	Entrega de factura firmada por el cliente al auxiliar contable	Entrega la copia de la factura firmada por el cliente al auxiliar contable	
25	AUXILIAR CONTABLE	CC-CE-CC	\$ 108	Impresión del movimiento del banco e identificación de las transferencias recibidas vs. Cartera por edades	Impresión del movimiento diario de los bancos dispuestos para el rescate de cartera, identificación de las transferencias realizadas de acuerdo a la información del banco y la cartera actualizada	\$ 233.20
26	AUXILIAR CONTABLE	CC-CE-CC	\$ 108	Radicación del resibo de caja	Radica el resibo de caja, descarga la cartera del cliente y archiva el resibo de caja y la remisión	\$ 282.36
TOTAL AUXILIAR CONTABLE		CC-CE-CC	\$ 532.32			\$ 564.92
6	EJECUTIVO OPERATIVO	CC-CE-CC	\$ 34	Elabora el registro de programación de eventos	El asesor entrega la remisión y anexa la radicación y la confirmación del cliente al Director Operativo, quien con la información de la remisión realiza el registro de programación de eventos en el día correspondiente.	\$ 424.00
7	EJECUTIVO OPERATIVO	CC-CE-CC	\$ 221	Programa entrega de equipos y operarios encargados	Se realiza la programación de los equipos que se van a llevar al evento de acuerdo a la disponibilidad y requerimientos técnicos del cliente (si los hay) se delega a un asesor para la entrega en el horario establecido en la remisión	\$ 876.00
8	EJECUTIVO OPERATIVO	CC-CE-CC	\$ 221	Comunicación acerca de sitio, horario y equipos a llevar	Se indican al asesor los datos del evento y del cliente y las observaciones que sean pertinentes	\$ 1,036.79
14	EJECUTIVO OPERATIVO	CC-CE-CC	\$ 108	Entrega de remisión firmada al director operativo	Se reserva ante el director operativo, entrega la remisión firmada por el cliente e informa cualquier tipo de novedad (el. Por parte de rescata, riesgos en el sitio, requerimientos adicionales por parte del cliente, entre otros)	
15	EJECUTIVO OPERATIVO	CC-CE-CC	\$ 108	Exposición de la remisión en tabla de equipos pendientes por rescate	La remisión firmada se dispone en la tabla de equipos pendientes por rescate para programar la rescata	\$ 348.00
TOTAL EJECUTIVO OPERATIVO		CC-CE-CC	\$ 582.32			\$ 2,587.71

Tabla 12. MANUAL DE PROCESO POR CARGO

ACT	RESPONSABLE	TIEMPO	TIEMPO		ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	COSTO TOTAL POR ACTIVIDAD
			EFECTIVO	INEFECTIVO			
8	TIENGO EN ALMACEN Y VITE	00:02:30	\$	100		Se indican al cooperante los datos del evento y del cliente y las observaciones que sean pertinentes	
9	TIENGO EN ALMACEN Y VITE	00:01:40	\$	60		Se acuerda a las instrucciones del Director Cooperativo y los datos de la remisión se separa y alista los equipos almacenados y contrasta con la remisión	\$ 30,00
10	TIENGO EN ALMACEN Y VITE	00:01:40	\$	60		Se indica los equipos reservados en la camioneta	\$ 30,00
11	TIENGO EN ALMACEN Y VITE	00:02:00	\$	3,33		Con todos los equipos solicitados y la remisión se dirige hacia el sitio del evento en el horario dispuesto por el director cooperativo	\$ 13,33,36
12	TIENGO EN ALMACEN Y VITE	00:01:40	\$	60		Se cargan los equipos de la camioneta, hace entrega al cliente y hace firmar la remisión como constancia de entrega	\$ 10,28,33
13	TIENGO EN ALMACEN Y VITE	00:02:00	\$	3,33		Se dirige hacia la clínica de acuerdo a la ruta establecida por el director cooperativo	\$ 13,33,36
14	TIENGO EN ALMACEN Y VITE	00:01:40	\$	60		Se reporta ante el director cooperativo, entrega la remisión firmada por el cliente e informa cualquier tipo de novedad (ej. Furtivo de recubrida, fleas en el sitio, requerimientos adicionales por parte del cliente, entre otros)	\$ 41,6,36
16	TIENGO EN ALMACEN Y VITE	00:01:40	\$	60		El director cooperativo entrega la remisión al cooperante para que se dirija hacia el sitio del evento y recoja los equipos almacenados.	\$ 2,33,33
17	TIENGO EN ALMACEN Y VITE	00:01:40	\$	60		Se recoge los equipos y revisa que estén completos de acuerdo a la remisión firmada por el cliente	\$ 30,00
18	TIENGO EN ALMACEN Y VITE	00:01:40	\$	60		Se indica los equipos en la camioneta	\$ 30,00
19	TIENGO EN ALMACEN Y VITE	00:02:00	\$	3,33		Se dirige hacia la clínica de acuerdo a la ruta establecida por el Director Cooperativo	\$ 17,34,36
20	TIENGO EN ALMACEN Y VITE	00:01:40	\$	60		Toda los equipos de la camioneta y los dispone en el almacén	\$ 30,00
22	TIENGO EN ALMACEN Y VITE	00:01:40	\$	60		Entrega la remisión al auxiliar contable con cualquier tipo de observación por parte del cliente	\$ 30,00
	TOTAL TIENGO EN ALMACEN Y VITE	00:04:00	\$	10,00,00			\$ 21,6,00

Tabla 12. MANUAL DE PROCESO POR CARGO

ACT	DESCRIPCION	TENDENCIA		ACTIVAR	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	COSTO TOTAL TCE ACTIVAR
		EFFECTO	INSERTEO			
24	DESCRIPCION	CREDITO \$ 3,378		Transporte hacia la clínica del cliente para entregar factura	Se dirige hacia la clínica del cliente para radicar la factura	\$ 18,333.47
25	DESCRIPCION	CREDITO \$ 66		Entrega de factura firmada por el cliente al auxiliar contable	Entrega la copia de la factura firmada por el cliente al auxiliar contable	\$ 303.99
	TOTAL DESCRIPCION	CREDITO \$ 4,444.00				\$ 18,637.46

Fuente: Elaboración propia



Tabla 13. COSTO DEL PERSONAL

COSTO PERSONAL DIRECTO		COSTO PERSONAL INDIRECTO	
Vr. Total	\$ 16,430.25	Vr. Total	\$ 34,483.04

PERSONAL DIRECTO	
TOTAL ASESOR COMERCIAL	\$ 867.12
TOTAL TECNICO EN AUDIO Y VIDEO	\$ 10,706.78
TOTAL MENSAJERO	\$ 4,044.05
TOTAL DIRECTOR OPERATIVO	\$ 812.31
TOTAL PERSONAL DIRECTO	\$ 16,430.25

PERSONAL INDIRECTO	VLR MIN	TIEMPO DE CICLO	INCIDENCIA EN EL COSTO
GERENTE	\$ 52.47	\$ 243.00	\$ 12,751.26
CONTADORA	\$ 13.12	\$ 243.00	\$ 3,187.81
AUXILIAR CONTABLE	\$ 27.77	\$ 243.00	\$ 6,748.52
DIRECTORA COMERCIAL	\$ 31.48	\$ 243.00	\$ 7,650.76
ALMACENISTA	\$ 17.06	\$ 243.00	\$ 4,144.69
TOTAL PERSONAL INDIRECTO	\$ 141.91	\$ 243.00	\$ 34,483.04

TOTAL COSTO DEL PERSONAL	\$ 50,913.29
--------------------------	--------------

Fuente: Elaboración propia



Tabla 14. MANUAL DE PROCESO

Numero	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	TIEMPO	RESPONSABLE
1	Se comunica para solicitar la prestación del servicio	El cliente contacta a la empresa para conocer el precio del servicio de alquiler de sonido básico. El contacto se realiza a través de llamada telefónica o correo electrónico y en algunos casos el cliente se presenta a la empresa. En la solicitud el cliente debe	00:03:00	ASESOR COMERCIAL/CLIENTE
2	Elabora cotización	Después de conocer el requerimiento del cliente, el asesor elabora la cotización y la envía. En esta cotización se especifica la forma de pago y la vigencia de la misma	00:02:00	ASESOR COMERCIAL
3	Confirma la prestación del servicio	El cliente después de revisar la cotización y decidir por realizar su evento con Audiovisuales a tiempo contacta nuevamente a la empresa para solicitar el servicio y suministrar cualquier dato adicional o aclarar cualquier duda pendiente durante la cotización.	00:03:00	CLIENTE/ASESOR COMERCIAL
4	Revisa disponibilidad de equipos en la fecha solicitada	Antes de confirmarle al cliente la reserva de los equipos solicitados en alquiler, revisa que para la fecha solicitada estén disponibles.	00:03:00	ASESOR COMERCIAL
5	Elabora remisión	El asesor elabora la remisión con todos los datos del cliente (Razon social, NIT, Dirección, Telefono, celular, dirección del evento, horario del evento, nombre del encargado, celular del encargado, equipos solicitados, horario, fecha y cualquier otra observación por	00:01:30	ASESOR COMERCIAL
6	Diligencia el registro de programación de eventos	El asesor entrega la remisión y anexa la cotización y la confirmación del cliente al Director Operativo, quien con la información de la remisión realiza el registro de programación de eventos en el día correspondiente.	00:00:30	DIRECTOR OPERATIVO
7	Programa entrega de equipos y operarios encargados	Se realiza la programación de los equipos que se van a llevar al evento de acuerdo a la disponibilidad y requerimientos técnicos del cliente (si los hay) y se delega a un operario para la entrega en el horario establecido en la remisión	00:02:30	DIRECTOR OPERATIVO

Tabla 14. MANUAL DE PROCESO

Numero	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	TIEMPO	RESPONSABLE
8	Comunicación acerca de sitio, horario y equipos solicitados	Se indican al operario los datos del evento y del cliente y las observaciones que sean pertinentes	00:02:30	DIRECTOR OPERATIVO Y TECNICO EN AUDIO Y VIDEO
9	Alista equipos solicitados y revisa que estén completos de acuerdo a la remisión	De acuerdo a las instrucciones del Director Operativo y los datos de la remisión separa y alista los equipos alquilados y contrasta con la remisión	00:01:00	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO
10	Realiza montaje de los equipos en la camioneta	Monta los equipos reservados en la camioneta	00:01:00	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO
11	Transporte hacia el sitio del evento	Con todos los equipos solicitados y la remisión se dirige hacia el sitio del evento en el horario dispuesto por el director operativo	00:50:00	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO
12	Entrega equipos al cliente y hace firmar la remisión	Descarga los equipos de la camioneta, hace entrega al cliente y hace firmar la remisión como constancia de entrega	00:01:00	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO
13	Transporte hacia la oficina	Se dirige hacia la oficina de acuerdo a la ruta establecida por el director operativo	00:50:00	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO
14	Entrega de remisión firmada al director operativo	Se reporta ante el director operativo, entrega la remisión firmada por el cliente e informa cualquier tipo de novedad (ej. Horario de recogida, riesgos en el sitio, requerimientos adicionales por parte del cliente, entre otros)	00:01:00	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO/DIRECTOR OPERATIVO

Tabla 14. MANUAL DE PROCESO

Numero	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	TIEMPO	RESPONSABLE
15	Disposición de la remisión en tabla de equipos pendientes por recoger	La remisión firmada se dispone en la tabla de equipos pendientes por recoger para programar la recogida	00:01:00	DIRECTOR OPERATIVO
16	Entrega la remisión y se transporta hacia el sitio del evento para recoger los equipos	El director operativo entrega la remisión al operario para que se dirija hacia el sitio del evento y recoja los equipos alquilados.	00:01:00	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO
17	Revisa y recoge los equipos alquilados	Recoge los equipos y revisa que estén completos de acuerdo a la remisión firmada por el cliente	00:01:00	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO
18	Realiza montaje de los equipos en la camioneta	Monta los equipos en la camioneta	00:01:00	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO
19	Transporte hacia la oficina	Se dirige hacia la oficina de acuerdo a la ruta establecida por el Director Operativo	00:50:00	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO
20	Descarga la camioneta y lleva los equipos al almacén	Baja los equipos de la camioneta y los dispone en el almacén	00:01:00	TECNICO EN AUDIO Y VIDEO
21	Actualiza registro de disponibilidad de equipos	Registra la recogida de los equipos alquilados, quedando disponibles para una nueva entrega	00:01:00	ASESOR
22	Entrega remisión al auxiliar contable	Entrega la remisión al auxiliar contable con cualquier tipo de observación por parte del cliente	00:01:00	AUXILIAR / TECNICO EN AUDIO Y VIDEO

Tabla 14. MANUAL DE PROCESO

Numero	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	TIEMPO	RESPONSABLE
23	Elaboracion de factura y entrega al mensajero	Con los datos de la factura remisión la factura con copia y la entrega al mensajero para la respectiva radicación en la oficina del cliente.	00:01:00	AUXILIAR CONTABLE
24	Transporte hacia la oficina del cliente para entregar factura	Se dirige hacia la oficina del cliente para radicar la factura	01:00:00	MENSAJERO
25	Entrega de factura firmada por el cliente al auxiliar contable	Entrega la copia de la factura firmada por el cliente al auxiliar contable	00:01:00	MENSAJERO/ AUXILIAR CONTABLE
26	Impresión del movimiento del banco e identificación de las transferencias recibidas	Imprime el movimiento diario de los bancos dispuestos para el recaudo de cartera, identifica las transferencias realizadas de acuerdo a la información del banco y la cartera actualizada	00:01:00	AUXILIAR CONTABLE
27	Elaboración del recibo de caja	Elabora el recibo de caja, descarga la cartera del cliente y archiva el recibo de caja y la remisión	00:01:00	AUXILIAR CONTABLE



Tabla 15. HOJA DE COSTOS ALQUILER DE SONIDO

Cantidad:	1
-----------	---

COSTO DE MATERIALES DIRECTOS	\$ 23,055.20
------------------------------	--------------

COSTO PERSONAL DIRECTO	
Vr. Total	\$ 16,430.25

COSTO PERSONAL INDIRECTO	
Vr. Total	\$ 34,483.04

COSTOS DIRECTOS	
COSTO DE MATERIALES DIRECTOS	\$ 23,055.20
COSTO DE PERSONAL DIRECTO	\$ 16,430.25
TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$ 39,485.45

COSTOS INDIRECTOS	
COSTO DE PERSONAL INDIRECTO	\$ 34,483.04
COSTOS GENERALES DE FABRICACION	\$ 23,762.93
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	\$ 58,245.97

TOTAL COSTO	\$ 97,731.42
COSTO UNITARIO	\$ 97,731.42

Fuente: Elaboración propia



COSTOS GENERALES DE FABRICACION	
VALOR TOTAL	\$ 23,762.93

TABLA No. 16 MATRIZ DOFA AUDIOVISUALES A TIEMPO Y CIA. LTDA.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	• La organización tiene buena reputación entre los diversos clientes que atiende. • La organización cuenta con personal calificado que le permite prestar un buen servicio y satisfacer las expectativas de sus clientes. • La organización cuenta con la infraestructura necesaria para satisfacer a sus clientes y seguir en la senda de crecimiento. • La liquidez le permite contar con recursos necesarios para la actualización de los equipos.	• La compañía no conoce el proceso que realiza en la prestación de servicios de equipos audiovisuales, se realiza por repetición lo que ocasiona errores. • La compañía no conoce el costo de la prestación de servicios de equipos audiovisuales. • La compañía no cuenta con un sistema de control interno.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
• Crecimiento en número de clientes e ingresos • El avance tecnológico hace que los equipos bajen de precio, lo que ha permitido contar con una mayor cantidad de equipos para alquilar.	• Una estrategia comercial que permita un mayor crecimiento en ventas, usando todos los activos a un nivel óptimo. • La actualización y adquisición de equipos permite atender mas clientes y cumplir la promesa de servicio propuesta en la estrategia comercial.	• Aplicar el diseño de costeo propuesto le brinda la posibilidad a los colaboradores de conocer el proceso que ejecutan a diario, lo que podría generar mayor empoderamiento por parte de los mismos y la disminución de errores. • Se deben establecer controles que fortalezcan las actividades y eviten el fraude.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
• El avance tecnológico hace que los equipos bajen de precio y en algunos casos sea más atractivo para los clientes comprar que alquilar. • La dependencia de las directrices del propietario.	• Se debe encaminar al personal a prestar un servicio al cliente que resulte en clientes satisfechos y fieles. • Establecer procedimientos y capacitar a los empleados permite estandarizar los procesos y en caso de ausencia temporal o definitiva del propietario, que la compañía siga su rumbo.	• La estrategia comercial debe incluir y resaltar la prestación de un excelente servicio que haga la diferencia respecto de los demás competidores que tienen acceso a los mismos equipos.

INICIO



APLICACIÓN



OCM



6. CONCLUSIONES

La aplicación de la propuesta de la base de costeo predeterminada estimada para la prestación del servicio de alquiler de equipos audiovisuales de la empresa AAA Audiovisuales a tiempo y Cía. Ltda. a través de la metodología de costeo tradicional y por el sistema de costos por órdenes de servicio le permite:

- Conocer el proceso que ejecuta en la prestación del servicio de alquiler de equipos audiovisuales.
- Determinar su costo estimado y actualizarlo de acuerdo al análisis de las variaciones.
- Enfocar los esfuerzos y recursos en las áreas en las que se presenten ineficiencias o mayores costos.
- Prevenir errores que incrementen el costo del servicio prestado.
- Mejorar la remuneración del personal con el fin de mantener baja rotación y motivar a sus colaboradores.
- Mejorar la determinación de precios para las órdenes de servicio, incrementando la rentabilidad.
- Realizar ofertas a posibles clientes con precios competitivos y rentables para la compañía.
- Administrar y controlar cada uno de los elementos del costo.
- Evitar prestar servicios que no generen utilidad o que generen pérdida.

- Conocer cómo un cambio en la orden de servicio o solicitudes adicionales incrementan el costo del servicio.
- Determinar una carga laboral equitativa y eficiente.
- Conocer los clientes más rentables y saber qué otros servicios complementarios se pueden ofrecer.
- Realizar negociaciones que resulten en una relación gana-gana para el cliente y la compañía.
- La aplicación de conceptos fundamentales de costos, como sistemas de costeo, bases de costeo y metodologías de costeo, actividad, diagramas de flujo, diagramas de bloque, levantamiento de actividades, entre otros, permiten tener una visión amplia y detallada del proceso que realiza la organización con el fin de optimizarlo disminuyendo los costos, el tiempo de ciclo e incrementando la efectividad hacia los clientes internos y externos.
- Los diagramas permiten una visión más clara para realizar controles que eviten errores y fraudes.
- El organigrama permite tener más claridad sobre las funciones y las responsabilidades de cada cargo.
- El sistema de costos por órdenes por servicio tiene características que lo convierten en un costeo más complejo ya que cada cliente y en el caso de Audiovisuales a Tiempo, cada evento tiene particularidades que hacen que su costo varíe. Aunque mantienen costos constantes, como los servicios públicos, o el personal indirecto, elementos como la distancia, el horario, la cantidad de operarios, pueden variar el costo final del servicio ofrecido.

- El uso de la metodología de costeo tradicional, sumada al uso de inductores de costo para una mejor asignación de los costos indirectos permite a la empresa tener una mejor información a un bajo costo, es decir, es positiva la relación costo beneficio, entre lo que le cuesta a la compañía obtener la información y el uso que pueda darle.
- En este tipo de empresas, el mayor componente del costo es el personal por lo que la gerencia debe encaminar a este al uso óptimo de los recursos y poner a la persona correcta en el cargo correcto.
- En el alquiler de equipos audiovisuales el avance tecnológico tiene dos componentes, uno positivo y uno negativo, el positivo es que permite acceder a nuevas tecnologías y mejorar los procesos, el negativo es que al disminuir los precios, muchas empresas optan por comprar equipos y no alquilarlos, lo que obliga a la compañía a tener una política agresiva de ventas y un excelente servicio al cliente para hacer la diferencia en el mercado.
- Conocer el costo del servicio prestado permite enfocar esfuerzos en aquellas actividades en las que se genera mayor costo con el fin de disminuirlo o al menos mantenerlo constante.
- También permite controlar los precios ofertados, para seguir siendo competitivos y mantener un buen margen que permita cubrir los costos y gastos totales y un buen margen de utilidad para los propietarios.
- Que cada empleado conozca su aporte real en la cadena productiva de la compañía, le permite entender la importancia de realizar sus labores de manera correcta en el tiempo determinado para ello.
- Conociendo el proceso, la organización entiende que los reprocesos aumentan el tiempo de ciclo y como consecuencia el costo del servicio prestado afectando la utilidad.
- Conocer el proceso permite analizar los cuellos de botella para intervenir en estos y hacer que el proceso fluya de la manera programada, para cumplir la promesa de servicio y obtener los mejores resultados.

BIBLIOGRAFIA

BUQUERAS, Ignacio, Bach. Más Sociedad Menos y Mejor Estado. Editorial Complutense. 2002.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1480 (12, octubre, 2011). Por medio del cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Diario oficial. Bogotá, D.C., 2011. No. 48220

CUERVO, Joaquín; OSORIO, Jair Albeiro; Costeo Basado en Actividades ABC. ECOE, 2007.
<http://books.google.com.co/books?id=aBvBLryXc7EC&pg=PA87&dq=actividad+en+procesos&hl=es&sa=X&ei=mVLTUdv2MZCa9QSOqoHwBQ&ved=0CC8Q6AEwAQ#v=onepage&q=actividad%20en%20procesos&f=false>.

DIAZ DE SANTOS. La Fórmula del Servicio Excelente. 1994.

HARGADON, Bernard J.; MÚNERA, Cárdenas Armando. Contabilidad de Costos. GRUPO EDITORIAL NORMA, 1996.
http://books.google.com.co/books?id=0kZYvPbyXUYC&hl=es&source=gbs_navlinks_s.

HARRINGTON, H. James. Mejoramiento de los Procesos de la Empresa. McGraw Hill, 1994.

HORNGREN, Charles; DATAR, Srikant; FOSTER, George. Contabilidad de Costos. Un Enfoque Gerencial. PEARSON EDUCACIÓN, 2007.
http://books.google.com.co/books/about/Contabilidad_de_costos.html?id=zDCb9fDzN-qC&redir_esc=y.

JIMENEZ, Francisco Javier; ESPINOZA, Carlos Luis. Costos Industriales. TECNOLÓGICA DE COSTA RICA, 2007.
<http://books.google.com.co/books?id=jRdhIWgPe60C&pg=PA169&dq=actividad>

+en+costos&hl=es&sa=X&ei=8VLTUd24KoLa8ASR-IHQDw&ved=0CCsQ6AEwADgK#v=onepage&q=actividad%20en%20costos&f=false.

PEREZ, José Antonio. Gestión por procesos. ESIC, 2009.
<http://books.google.com.co/books?id=iGrY7tW178IC&printsec=frontcover&dq=proceso&hl=es&sa=X&ei=-1HTUaHpJYHe8ATUtIDQCg&ved=0CFUQ6AEwBq#v=onepage&q=proceso&f=false>.

POLIMENI, Ralph S., FABOZZI, Frank J., ADELBERG, Arthur H., KOLE, Michael A. Contabilidad de Costos. MC GRAW HILL, 1994.

PUBLICACIONES VÈRTICE S.L. La Calidad en el Servicio al Cliente. 2008.
<http://books.google.com.co/books?id=M5yGtQ5m4yAC&printsec=frontcover&dq=servicio&hl=es&sa=X&ei=GILTUcCbJJDI9gTWwoDYBQ&ved=0CCwQ6AEwAA>.

RINCON, Carlos Augusto, VILLARREAL, Fernando. Costos Decisiones Empresariales. ECOE, 2009.

SINISTERRA, Gonzalo. Contabilidad de Costos. ECOE, 2006.

TRONCOSO, Juan Caro; IBÁÑEZ, Ciro. Algunas Teorías e Instrumentos para el Análisis de la Competitividad. IICA, 2000.
<http://books.google.com.co/books?id=2yJjAAAAIAAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>.

TSCHOHL, John; FRANZMEIE, Steve. Alcanzando la excelencia mediante el servicio a los Clientes. EDICIONES DIAZ DE SANTOS, 1994.
<http://books.google.com.co/books?id=uuYGT4XCUXAC&printsec=frontcover&dq=servicio&hl=es&sa=X&ei=GILTUcCbJJDI9gTWwoDYBQ&ved=0CF8Q6AEwCQ#v=onepage&q=servicio&f=false>.

VARGAS, Martha Elena; ALDANA DE LA VEGA, Luzangela. Calidad y Servicio. Conceptos y Herramientas. ECOE, 2007.
http://books.google.com.co/books?id=_tDLDsijnblsC&printsec=frontcover&dq=servicio&hl=es&sa=X&ei=GILTUcCbJJDI9gTWwoDYBQ&ved=0CEMQ6AEwBA.

WARREN, Carl; REEVE, James; FESS, Phillip. Contabilidad Administrativa. CENGAGE LEARNING EDITORES, 2005.
http://books.google.com.co/books?id=5nDXlh_yO8QC&dq=costo+de+servicio&hl=es&source=gbs_navlinks_s.

ZAPATA, Álvaro; MURILLO, Guillermo; MARTINEZ, Jenny; GONZALEZ Carlos; SALAS, Jairo; AVILA, Hernán; CAICEDO, Alexander. Teorías Contemporáneas de la Organización y el Management. ECOE, 2009.