



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA - CPA**

TEMA:

LA OPTIMIZACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS MEDIANTE EL
COSTEO OBJETIVO

AUTOR:

SRTA. ADRIANA ELIZABETH HARO PALMA

TUTOR:

CPA. Hugo Federico Campos Rocafuerte MSC. MAE.

GUAYAQUIL-ECUADOR

JUNIO - 2016



REPOSITORIO NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: La Optimización de los Recursos Financieros mediante el Costeo Objetivo.		
AUTOR/ES: Adriana Elizabeth Haro Palma	REVISORES: CPA. Hugo Federico Campos Rocafuerte, MSC.MAE. - Tutor	
INSTITUCIÓN: Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil	FACULTAD: Administración	
CARRERA: Contabilidad y Auditoría Guamán Aguiar		DIRECTOR DE CARRERA: MSC. Lcdo. Stalin
FECHA DE PUBLICACIÓN: Abril, 2016	N. DE PÁGS.: 117	
ÁREAS TEMÁTICAS: Contabilidad de Costos		
PALABRAS CLAVE: Costos como Herramienta de Gestión, Costeo Objetivo, Optimización de Recursos Financieros, Costos para la Toma de Decisiones.		
RESUMEN: El presente trabajo va dirigido a una empresa dedicada a la publicidad y marketing en general, tomando en cuenta las diversas metodologías para optimizar recursos financieros, decidir por un método como es el “Costeo Objetivo”, sencillo, practico e innovador y con buenos resultados, trasciende útil a la hora de invertir en un nuevo enfoque con la finalidad de aumentar la utilidad.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES/ES:	Teléfono: 0999608161	E-mail: adrianita_haro@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: MSC. ING. Rosa Hinojosa De Leimberg	
	Teléfono: 042596500 Ext. 274	
	E-mail: rhinojozal@ulvr.edu.ec	

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor(a) del Proyecto de Investigación, **LA OPTIMIZACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS MEDIANTE EL COSTEO OBJETIVO**, nombrado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **“LA OPTIMIZACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS MEDIANTE EL COSTEO OBJETIVO”**, presentado por los estudiantes **ADRIANA ELIZABETH HARO PALMA**, como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al Título de **INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA – CPA**, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

CPA. Hugo Federico Campos Rocafuerte, MSC. MAE.

C.C. 0907821698

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los/Las estudiantes/egresados(as) ADRIANA ELIZABETH HARO PALMA, declaro(amos) bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los/las suscritos(as) y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar (LA OPTIMIZACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS MEDIANTE EL COSTEO OBJETIVO).

Autor(es)(as):

Adriana Elizabeth Haro Palma
C.C. 0920918851

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO

Documento [Tesis Urkund.docx](#) (D19428754)
Presentado 2016-04-22 10:19 (-05:00)
Recibido hcamposr.ulvr@analysis.urkund.com
Mensaje Tesis [Mostrar el mensaje completo](#)

2%
de esta aprox. 38 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 8 fuentes.

Documento(s) entregado(s) por: adrianita_haro@hotmail.com

Documento(s) recibido(s) el: 22/04/2016 17:19:00

Informe generado el 22/04/2016 17:34:45 por el servicio de análisis documental de Urkund.

Mensaje del depositante: Adjunto Tesis.

Documento: Tesis Urkund.docx [D19428754]

Alrededor de 2% de este documento se compone de texto más o menos similar al contenido de 68 fuente(s) considerada(s) como la(s) más pertinente(s).

La más larga sección comportando similitudes, contiene 186 palabras y tiene un índice de similitud de 100% con su principal fuente.

TENER EN CUENTA que el índice de similitud presentado arriba, no indica en ningún momento la presencia demostrada de plagio o de falta de rigor en el documento.

Puede haber buenas y legítimas razones para que partes del documento analizado se encuentren en las fuentes identificadas.

Es al corrector mismo de determinar la presencia cierta de plagio o falta de rigor averiguando e interpretando el análisis, las fuentes y el documento original.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en gran manera a Dios que me dio la ayuda idónea y sabiduría, guiándome de manera sobreabundante en mi proyecto investigativo, como meta principal cerrar uno de mis ciclos en mi construcción profesional.

Agradezco a todos mis docentes quienes formaron en mí la persona profesional, leal y responsable que me describo, como también me inculcaron las ganas de triunfar y salir adelante enfrentando cualquier adversidad y obstáculo que se presente en el camino.

A mi queridísimo tutor Hugo Campos, a quien me lo asignaron sin conocerlo, debido a que no tuve el agrado de tenerlo como profesor pero, más sin embargo, tuve la dicha de que su motivación hacia a mí lograra alcanzar uno de mis logros tan deseados.

De una manera muy especial a mi apreciado profesor Fulton Zambrano, quien me brindó su apoyo de manera desinteresada desde que tuve la satisfacción de ser su alumna, iluminándome con el anteproyecto y a su vez en el transcurso de mi recorrido en los pasos de mi universidad, con su calidad humana y profesional que lo caracteriza.

No podían faltar mis gratos compañeros, quienes fueron parte de este camino y de los cuales aprendí de cada uno de ellos, como también del apoyo y aliento que nos dimos para seguir sin desvanecer.

Por último a mi empresa Tecnifel S.A. a quien escogí y que me dio la apertura de desarrollar un proceso de investigación muy bueno y que sirve para mi crecimiento en todo los aspectos de mi vida.

DEDICATORIA

A Dios como motor principal de mi vida y que sin él no pudiera lograr cada una de mis etapas.

A mi papá, Luis Enrique Haro, quien fue mi ayuda económica y moral, el cual me empujó a no defraudarlo y seguir adelante como el tanto lo aspiró.

A mi mamá, Ángela Palma, quien fue la que me ayudó en momentos fáciles y sobre todo difíciles a lo largo de mi carrera, e insistió que no desmayara y triunfe por mis sueños e ideales.

A mis hermanos, Luis y Felipe, a quienes me debo por ser su hermana mayor y los cuales crecen profesionalmente de la mano conmigo.

A una grata persona que ha sido como una mamá para mí, Yolanda Yungan, quien ha compartido conmigo desde los 6 años de edad y que ha dirigido mis pasos y mi camino de triunfos, derrotas, alegrías y tristezas pero siempre ha tenido una palabra de aliento en cada momento.

Por último, a mi familia en general: Abuelos, tíos, primos y demás, que con su granito de arena aportaron en que yo pueda alcanzar esta meta tan anhelada con sus consejos y regaños.

ÍNDICE

REPOSITORIO NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN	I
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES III	
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
ÍNDICE	VII
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN	VIII
RESUMEN.....	IX
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.1.- INTRODUCCIÓN	1
1.2.- TEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.3.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.4.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.5.- SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.6.- JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.7.- OBJETIVOS	4
1.7.1.- OBJETIVO GENERAL	4
1.7.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
1.8.- DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.9.- IDEAS A DEFENDER.....	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1.- ANTECEDENTES	6
2.2.- BASES TEÓRICAS.....	9
2.3.- MARCO REFERENCIAL	33
2.4.- MARCO CONCEPTUAL	39
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.1.- METODOLOGÍA.....	44
3.1.1.- TIPOS DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.1.2.- ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	44

3.1.3.- TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	45
3.1.3.1.- TÉCNICA MEDIANTE ENTREVISTA	45
3.1.3.2.- TÉCNICA DE OBSERVACIÓN	45
3.1.3.3.- TÉCNICA DOCUMENTAL	45
3.2.- POBLACIÓN Y MUESTRA.....	47
3.2.1.- POBLACIÓN.....	47
3.2.2.- MUESTRA.....	48
3.3.- ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	51
CAPÍTULO IV.....	79
4.1.- INFORME TÉCNICO	79
4.1.1.- ANÁLISIS DE COSTO BENEFICIO.....	79
CONCLUSIONES.....	86
RECOMENDACIONES	87
BIBLIOGRAFÍA.....	88

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: COSTO TRADICIONAL.....	10
TABLA 2: COSTO OBJETIVO	11
TABLA 3: COSTO TRADICIONAL VS. COSTO OBJETIVO	11
TABLA 4: DATOS	21
TABLA 5: OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS.....	22
TABLA 6: PROCESOS	24
TABLA 7: ESTRATEGIAS BAJO ENFOQUE COSTO OBJETIVO	27
TABLA 8 : ESTRATEGIAS COSTO OBJETIVO EN PROCESOS DE APOYO	28
TABLA 9: COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	79

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

ILUSTRACIÓN 1: PRESUPUESTO INTERNO DE PRODUCCIÓN.....	18
ILUSTRACIÓN 2: CADENA DE VALOR.....	26
ILUSTRACIÓN 3: PLAN DE PROCESO	26
ILUSTRACIÓN 4: POBLACIÓN	47
ILUSTRACIÓN 5: POBLACIÓN DEPARTAMENTAL.....	48
ILUSTRACIÓN 6: MUESTRA	50
ILUSTRACIÓN 7: MUESTRA DEPARTAMENTAL.....	50
ILUSTRACIÓN 8: GUÍA DE OBSERVACIÓN	72
ILUSTRACIÓN 9: GUÍA DOCUMENTAL	74

RESUMEN

El presente trabajo va dirigido a una empresa dedicada a la publicidad y marketing en general, tomando en cuenta las diversas metodologías para optimizar recursos financieros, decidir por un método sencillo, práctico e innovador y con buenos resultados, que trascienda útilmente a la hora de invertir en un nuevo enfoque. Necesariamente es indispensable la participación de cada uno de los elementos con los que cuenta la empresa para lograr objetivos esperados por la gerencia.

Escoger el método de costeo objetivo ha sido de gran aporte y ayuda en la necesidad que existe en la empresa, mediante las entrevistas se pudo palpar el interés de crecer en cada ser humano que aportó en este proyecto, se logró esclarecer en el administrador que Peope necesita un cambio y un giro que ayude a crecer su utilidad, además el bienestar en cada colaborador.

Introducir este proyecto ayudará no solamente a la parte directiva de la empresa sino también en cada empleado que labore en este prestigiosa entidad, debido a que se observará el sacrificio y ganas que metan en cada una de sus tareas y empeño a la hora de trabajar.

El costeo objetivo viene a realizar cambios en momentos de tiempos bajos, acogerse a órdenes especiales ayudará al crecimiento de los mismo sin obstruir el mercado competente.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1.- INTRODUCCIÓN

En el ámbito de empresas industriales en cuanto a publicidad o en este caso la creación de “Muebles Publicitarios”, lo realmente interesante es el crecimiento que se ha adquirido por muchas variedades que en el contenido abarca, y se ha convertido un tema de especial relevancia gracias a los avances que se han producido en estudios al momento de costear productos de Muebles Publicitarios sin generar mayores gastos, mucho menos pérdidas. Las últimas investigaciones científicas han sido capaces de descubrir y entender aspectos desconocidos sobre métodos de costeos en cuanto a los sistemas de Costear un producto y a la vez genera ciertas dudas en cuanto a los resultados de estos métodos. Ciertamente y para despeje de dudas el proyecto con el método “Sistema de Costeo Objetivo” se llevará a cabo en investigación meticulosa en estudio de este nuevo conocimiento, observando su potencial y relevancia para el sector publicitario. Un buen sistema de Costeo puede convertirse en un instrumento útil para apoyar competitivamente al crecimiento económico y la optimización de recursos financieros mediante un correcto y buen uso de los controles y despliegue de los recursos. Si bien es cierto se necesita tener bien en claro que una de las razones principales para llegar a la utilidad deseada y la optimización de recursos financieros es el poder adquirir órdenes especiales, que es debido a la capacidad ociosa que existe en la entidad, dispuesta a recibir dirijas especiales sin dañar el mercado competitivo y que los clientes estén a gusto con el trabajo y con precios en beneficio de la organización y el cliente. Lo ideal es que la empresa aproveche el 100% de su capacidad en trabajos duros y en épocas de baja producción, llevando una correcta planeación y control de los mismos.

1.2.- TEMA DE INVESTIGACIÓN

La optimización de los recursos financieros mediante el costeo objetivo.

1.3.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Con la evolución de la tecnología, los artículos, objetos de producción, también sufren cambios, afectando a sus costos y precios.

Tradicionalmente las empresas al estructurar el costo y el precio de un producto se olvidan que estos son dinámicos y que no pueden permanecer estáticos en el tiempo, problemática que puede pasar sin ser detectada, pero tiene efectos muy significativos por cuanto se olvidan de que el producto nace y muere a lo largo del tiempo, lo cual debería ser solucionado en base a muchas herramientas que estén direccionadas a relacionar el valor del costo y el precio con instrumentos, que determinen valores presentes, calculándose a los flujos de efectivo futuros, que están representados por los costos y precios unitarios.

El costeo objetivo surge con otra metodología de análisis, pero incluyendo a los productos en función del tiempo, con una teoría inversa a la tradicional.

Tecnifel S.A. está inmerso en esta problemática dual con una indecisión e interrogante con respecto a cuál de los dos modelos inclinarse sin dejar de evaluar al costeo objetivo para la toma de decisiones.

1.4.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo debe ser la incidencia del costeo objetivo a la optimización de los recursos financieros?

1.5.- SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿De qué forma incide el costeo objetivo en los costos totales?

¿Cuál es el impacto del costeo objetivo en el precio de venta meta?
¿De qué manera incide el costeo objetivo en los recursos financieros futuros?

1.6.- JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El sacrificio económico en el que se incurre para obtener los costos de un producto, y el deterioro progresivo de los mismos en el cual se puede palpar la falta de un sistema de costeo adecuado que se ajuste a la meta deseada según los indicadores de costeo, por lo que no existe una estimación de costo real y por lo consiguiente no se obtienen utilidades esperadas.

Es muy importante y de mucha utilidad la aplicación de la técnica del costeo objetivo, por cuanto este presenta una visión globalizada en todo lo que implica los costos del producto, puesto que en él se incluyen los costos que son generados en cada una de las etapas inmersas en el ciclo de vida del producto.

En una sociedad de mercado, la creación de nuevos productos publicitarios bajo un esquema de “órdenes especiales”, los productos serán una condición para que pueda competir con la competencia, sin perjudicar el precio de la demanda, apremiándose del tiempo de capacidad ociosa, como optimización de recursos financieros y tener mejores resultados y mayores utilidades.

Las actuales transformaciones económicas y financieras en el ámbito nacional e internacional, el desarrollo de este nuevo método de costeo objetivo, provoca una preferencia de avanzar sobre nuevos contextos y retos en la búsqueda de soluciones de problemas en épocas de baja producción, que involucra a propietarios, productores, organización que se involucren en el objetivo de la meta esperada, la forma de sistematizar el uso de los recursos financieros en maximizar sus utilidades con todos los recursos a su mando y disponibles, logrando de esta manera impulsar el desarrollo de su industria.

Este proyecto de investigación, empuja incluso a la competitividad a nivel global ya que actualmente, los clientes esperan que los productos sean de mejor calidad, ofrezcan amplios beneficios y se adquieran a módicos precios, lo que se pretende lograr adoptando estrategias de excelencia empresarial, es decir innovar continuamente, mejorar calidad de los productos, reducir costos y gastos involucrando a cada uno de los departamentos para logro de metas y sobre todo incrementar su productividad. Desde este parámetro, es que surge la importancia de nuevas propuestas de mejora, tales como el método de “Costeo Objetivo”, el cual se puede considerar como el más apropiado para el presente trabajo de investigación al tratar de darle un mejor énfasis en el trabajo de **Costeo**, una herramienta efectiva y clara en la toma de decisiones.

El presente proyecto busca un aporte a la sociedad, para contribuir al conocimiento sobre el costeo objetivo, puesto que no es una herramienta muy conocida. Además, se pretende ofrecer un aporte a los profesionales para que afiancen sus conocimientos contables en la rama de costos, mejorar sus técnicas sobre procedimientos de costeo. Por otra parte a los estudiantes con un corto, mediano y largo plazo en inmiscuirse de este sistema.

Con esta investigación se busca aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación académica.

1.7.- OBJETIVOS

1.7.1.- OBJETIVO GENERAL

Analizar la optimización de los recursos financieros mediante costeo objetivo para mejorar la rentabilidad de la empresa.

1.7.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el costeo objetivo en los costos totales.
- Evaluar el costeo objetivo en el precio de venta meta.
- Analizar el costeo objetivo en los recursos financieros futuros.

1.8.- DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Tiempo: 2015

Campo: Contabilidad de Costo

Tiempo de Investigación: 3 meses

Tema de Investigación: La optimización de los recursos financieros mediante costeo objetivo

Lugar: Tecnifel S.A. se encuentra ubicado en la ciudad de Guayaquil en la región costa de la provincia del Guayas en las calles Km. 15 ½ Vía a Daule Av. Rosarin Mz. 55 Sl. 18

1.9.- IDEAS A DEFENDER

El costeo objetivo busca reducir los costos totales a lo largo de la vida útil, aumentar la utilidad a lo largo del período, incorporando análisis a estos flujos en el tiempo.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1.- ANTECEDENTES

Determinar la factibilidad de un sistema de Costeo Objetivo, con el que se pretende incursionar en el mercado a una empresa que cumpla con todas y cada una de las exigencias que la misma requiere al momento de tener capacidad ociosa, y es que ciertamente se estima a interferir en la empresa PEOPE, llamada su Razón Comercial de la empresa TECNIFEL S.A., es la fábrica de un grupo que hace realidad las ideas y proyectos de todos sus clientes. Para ello se cuenta con una infraestructura de punta, así como también maestros artesanos y personal especializado que permiten ofrecer servicios de gran calidad.

Su fundación en el año 2007, se ha logrado desarrollar proyectos de gran nivel para las empresas más prestigiosas del mercado. Además, son parte de CNC Lobby, Marketing Solutions Group; un grupo empresarial que ofrece soluciones especializadas para el área trade Marketing y mercado de una empresa hace más de 11 años.

La empresa se caracteriza por una satisfacción garantizada, es decir,

Son Apasionados, porque se ha logrado consolidar una importante y valiosa cartera de clientes, gracias al compromiso que tenemos con cada uno de los clientes con quienes trabajamos.

Son creativos, porque para cada proyecto representa un nuevo reto en la cual la innovación y creatividad deben estar presentes.

Ofrecen un servicio WOW, la expresión que tengas al momento de recibir tu proyecto o producto contratado con una empresa.

Precios competitivos, por la capacidad instalada y volumen de producción, ofrecen precios altamente competitivos.

La empresa cuenta con servicios de:

Impresiones digitales

Equipos de impresión de primer nivel y de última tecnología, lo que permite dar respuestas rápidas y de gran calidad a sus clientes en impresiones de gran formato.

Siguiendo la filosofía de cuidar el medio ambiente se decide incorporar a la línea de producción, tinta eco amigable, las cuales son elaboradas por una tecnología que permite reducir el efecto invernadero propio de este tipo de procesos. Así como también, ofrecen sustratos reciclables o de bajo impacto como por ejemplo tenemos:

- Backing
- Big Boy
- Roll Ups
- Pop Ups
- Lonas
- Dumies
- Colgantes

Fabricación de muebles publicitarios

Hacer realidad un mueble publicitario no es tarea sencilla y para esto se requieren expertos artesanos, artistas, así como también herramientas tecnológicas, que permitan garantizar la calidad y detalles de los productos que desarrolla para sus clientes.

Están conscientes que los tiempos son reducidos y las expectativas grandes, lo que hizo que se implemente una línea de producción modular que permitan hacer entregas en tiempos cortos. Se Tiene lo siguiente:

- Stand para ferias
- Exhibidores especiales
- Cabecera de góndola
- Aretes
- Vitrinas y mucho mas

Desarrollo a medida

Recibir ideas innovadoras y diferentes de parte de sus clientes, es pan de cada día, es por esto que con un grupo de profesionales del diseño, maestros, artesanos y artistas, ven las mejores vías para hacer realidad esos proyectos asignados. Su servicio no solo limita a la producción, pues en caso de estar interesado se desarrollará proyectos desde el levantamiento de la información y diseño, se lo puede realizar.

Diseño y desarrollo de merchandising

Desarrollan diseños funcionales que logren comunicar, lo que su marca quiere, no basta con generar una idea en 3d que muchas veces al momento de convertirlas en realidad pueden sufrir alteraciones, cambiando la idea original. Es por esto que en la actualidad se cuenta con un equipo especializado en el desarrollo de diseño industrial, para materiales publicitarios, lo que permite ofrecer un diseño de gran nivel, funcional y creativo. Tales como:

- Muebles Publicitarios.
- Stand de feria personalizado.
- Stand para activaciones.
- Exhibidores especiales.
- Punto de venta.

A pesar de tener todo su servicio en orden y con tecnologías de punta, con una clara visión de donde se quiere llegar en cuanto a sus clientes o consumidores estables, lamentablemente no se cuenta con un sistema de costeo que permita medir el impacto del costo beneficio, en la cual ayude hacer uso óptimo de recursos financieros y así mismo ver el comportamiento de los productos. Por tal motivo se ha decidido hacer un trabajo de investigación enfocado en el Costeo objetivo.

2.2.- BASES TEÓRICAS

Según (G, 2007) el costo objetivo es una herramienta de la administración de costos para hacer de la reducción de costo una clave principal durante la vida del producto. Antes de crear e incluso de diseñar el producto se establece un costo deseado u objetivo. La administración basa el costo objetivo en el precio pronosticado del producto y de la utilidad que desea la empresa.

Se puede decir que partiendo de los costos pronosticados y estandarizados, se define a los precios competitivos, ya que todas ellas presentan costos y calidades similares basándose en los productos elaborados de acuerdo a sus fases de producción.

Indica (ESTEFANO, 2008, pág. 2) que el target costing o costeo objetivo, implica un mecanismo integrado para unir coherentemente las distintas áreas funcionales de la empresa, se encuentra estrechamente vinculado con el planeamiento y la toma de decisiones estratégicas de índole comercial y operativa dentro de la organización.

El propósito principal, consiste en involucrar todos los departamentos de la empresa y sus consecuentes costos, para lograr un nivel de utilidad acorde con los objetivos prefijados por la gerencia, el directorio o los propietarios del ente. Dentro de este esquema, el precio de venta que el actual mercado altamente competitivo, está dispuesto a pagar por los productos que ofrece y establece el punto de partida del proceso.

El precio de un artículo o servicio, es el resultante entre la demanda del producto y su oferta. Partiendo de esto y de la demanda del mercado, es muy importante saber que en toda industria, existe una capacidad ociosa dentro de 12 meses del año y que en estos casos se podría acoger a órdenes especiales, para mejorar la utilidad del ejercicio al final del año mediante el costeo objetivo y es a donde se desea llegar para mejorar su utilidad, optimizando recursos financieros.

Manifiesta (MICHAEL, 2006, págs. 233-234) que el costo total de la empresa es el costo de todos los recursos productivos que utiliza. El costo total se divide en costo fijo total y costo variable total. El costo fijo total, es el costo de los insumos fijos de la empresa, adicional incluye el alquiler del capital y el beneficio normal, que es el costo de oportunidad de su empresa.

Definitivamente hablando del costo variable total, se modifica de acuerdo al volumen de producción, es decir, si no hay producción, no hay costos variables. Los elementos del costo variable que intervienen: La materia prima, la mano de obra, costos indirectos de fabricación. El costo Total es la suma del costo fijo total y del costo variable total.

Recalca (CAPASSO, 2010) la apertura económica de los últimos años, ha generado cambios importantes en los mercados, que se tradujeron en un incremento de la competencia interna y externa, una reducción del ciclo de vida de los productos por los permanentes cambios tecnológicos y un cambio profundo en la mentalidad de los consumidores que los ha llevado a mantenerse informados y a investigar sobre los precios relativos de los productos, tanto en el mercado interno como externo. Todo esto ha obligado a las empresas a modificar su esquema de gestión y a analizar la aplicación de otra secuencia, que tiene su punto de partida en el precio de venta, al cual se le resta el margen de utilidad deseado para llegar a lo que sería el máximo costo que se debiera obtener para un producto.

Tradicionalmente se lo presenta de la siguiente manera:

TABLA 1: COSTO TRADICIONAL

Costo	Utilidad	Precio
+	+	=

Fuente: Tecnifel S.A.

Llegando a utilizar el método del Costeo objetivo se lo presenta de la siguiente forma:

TABLA 2: COSTO OBJETIVO

Precio	Utilidad	Costo
+	-	=

Fuente: Tecnifel S.A.

Principales diferencias entre el esquema Tradicional y el nuevo sistema de Costeo Objetivo

TABLA 3: COSTO TRADICIONAL VS. COSTO OBJETIVO

TRADICIONAL	COSTEO OBJETIVO
1. No se considera al mercado en la planificación de costos.	2. El mercado competitivo dirige la planificación de costos.
1. Los costos determinan los precios.	3. Los precios determinan los costos.
2. La reducción de costos se centra en la corrección de ineficiencias y desperdicios.	4. El diseño será la base de la reducción de costos, evitando las ineficiencias y los desperdicios.
4. La reducción de costos es dirigida por los contadores de costos.	5. Los costos son administrados por grupos pluridisciplinarios.
4. Los proveedores son invitados a participar luego de iniciada la etapa de producción	6. Los proveedores son invitados a participar en la etapa de diseño.

Fuente: Tecnifel S.A.

Con el nuevo sistema de costeo objetivo, se pretende resaltar los beneficios de su correcta aplicación.

De acuerdo a los puntos indicados de las diferencias de un sistema de costeo tradicional al sistema de Costeo objetivo, se habla de una mejor visión de lo que quiere decir este sistema y es que se puede palpar que el sistema de costeo objetivo, es un proceso mediante el cual se obtiene el costo de un producto o servicio; dado que el precio de venta ya se lo tiene fijado estratégicamente y considerado un margen de utilidad esperado para ese producto o servicio que debe estar determinado por la gerencia, ente o socios.

En la manera tradicional la forma para determinar un precio de venta, se basaba según la siguiente ecuación:

Costo + utilidad (determinada) = Precio de venta.

Si bien es cierto, es la forma que en la actualidad se está usando, una de ellas es Tecnifel S.A., precios determinados de acuerdo a los costos.

Es muy importante y de mucha utilidad el sistema de costeo tradicional e incluso ha dado buenos resultados. Pero si bien es cierto durante el año toda empresa industrial con una investigación meticulosa, se puede observar que tienen meses en el cual la producción disminuye. Peope tiene sus meses improductivos que son: El primer trimestre y los dos últimos meses del año es decir, Enero, Febrero, Marzo, Noviembre y Diciembre; es considerable que son 5 meses que tiene una producción no muy buena muchas veces casi nada y con este método de costeo objetivo, se busca implementarlo en la empresa para mejorar la utilidad al final del año optimizando recursos y acogernos a esa capacidad ociosa que la empresa mantiene en esos meses, que más sin embargo son gastos para la empresa, pero que para nosotros representa un costo.

Con investigaciones profundas, en varios países se utilizan sistema de costeos tradicionales y ahora en la actualidad se están acogiendo a este nuevo sistema, un ejemplo de ello es el país de Argentina, un profesor, con un relato de este nuevo sistema, explica y propone su aplicación y propuesta de mejora de superación con este sistema un poco

desconocido a nivel mundial, pero más sin embargo, se pretende divulgar ante la sociedad para mejora de nuevo planteamiento en las entidades.

La temática de este plan de trabajo, es darle un cambio a la mentalidad de la empresa ecuatoriana empezando por Tecnifel S.A., dando gran parte del conocimiento con la implementación de este nuevo sistema.

La gerencia como tal, con ocho años en el mercado competente, tiene conocimientos sólidos de los consumidores y las necesidades del mercado, incluso de los precios relativos tanto nacionales como internacionales, de esta manera compitiendo en condiciones similares o mejores con aquellos productos o servicios acorde a la demanda que se presenta día a día.

Se presenta la nueva ecuación, que conlleva a buscar el precio en el mercado sin disminuir el margen de utilidad esperado, y como resultado el costo al cual se debe llegar (costo meta u objetivo)

Quedaría de la siguiente manera:

($PV = C + UT$), Hasta llegar al costo meta ($PV - UT = C$) se dice que tiene una etapa intermedia, en la cual surge a partir de la producción continuo que se mantiene en la cual de acuerdo al mercado se fija el precio, el costo es un dato desconocido y la utilidad es la diferencia entre ambos conceptos ($PV - C = UT$).

En esta etapa el precio de venta es una variable que el productor no maneja, solamente la mejora de los costos puede perfeccionar las utilidades.

Cabe recalcar que de que esto no se trata de que el cliente imponga sus pretensiones en una negociación, es decir, establezca a su proveedor, pautas, metas u objetivos; que estas no se puedan cumplir o que aun pudiendo cumplirlas perjudiquen su rentabilidad en el corto o largo plazo.

Desde este punto de vista la evaluación de las posibilidades sectoriales proporciona el costo-meta, mientras que la simple consideración de las prácticas en el sector proporciona el costo que al menos debe alcanzarse para conservar la posición competitiva.

El costeo objetivo, es un proceso de reducción de costos a lo largo de toda la vida del producto o servicio, y no de control de costos.

Para muchas empresas, considerar elaborar una reingeniería en sus empresas, pensar en este sistema de costeo es un verdadero cambio en la producción tanto del bien o del servicio, pensar en una reingeniería es un gran paso que se debe dar en una empresa pero siempre pensando en la productividad que éste generará.

Aplicando este sistema se debe pasar y superar muchas limitantes como lo es la calidad, normas para poder reducir el costo total de un servicio o producto, mediante técnicas especializadas, que buscarán obtener lo mejor de un producto y poder cumplir con las funciones para lo cual ha sido creado, se debe tomar en cuenta, que tan necesario es la función del producto en el mercado y sumarle valores agregados que puedan captar la aceptación del cliente.

A nivel mundial y sabiendo que es un sistema no tan conocido, pero más sin embargo, muy preciso a la hora de ejecutarlo, abarcando las actividades requeridas desde la concepción hasta el abandono del producto o servicio, el sistema de costeo objetivo nos presenta una visión completamente global de los costos del producto, ya que llega a tener en cuenta los costos generados en todas las etapas del ciclo de vida del producto o servicio, tomando en cuenta la participación de todas las áreas que involucra a la fabricación del producto.

Es muy importante la participación y la disciplina que cada uno de los involucrados departamentalmente (comercial, compras, producción, mercadeo, logística, administración, finanzas, etc.) ayuden y lleven una buena relación con el mismo, ya que permitirá al analista de costos o contador, estime constantemente los costos de un producto (fabricación, ventas, entregas, post venta, etc.). Mientras este se mueve a través del diseño.

Si se empieza con la fijación del precio de venta objetivo del producto o servicio de acuerdo a las necesidades del mercado y de la estrategia de competencia, también se debe determinar las necesidades no satisfechas

de las actuales o potenciales clientes, teniendo en cuenta la evaluación de la competencia en este campo, instruirse en el importe que el mercado está dispuesto a pagar, considerando la mayor cantidad de variables posibles relacionadas, con la situación económica en general, el mercado en particular, productos y servicios competitivos en forma específica. Toda esta información se debería obtener básicamente de investigaciones de mercado.

Una vez fijado el precio de venta, se determinará el beneficio deseado o “target profit”, en la cual la empresa define la utilidad que considera satisfactorio por la venta de un determinado bien o servicio y esta decisión definida por la gerencia debe hallarse fija en la planificación estratégica de la entidad.

Partiendo que la administración financiera, es la columna vertebral de la empresa, en este proyecto de investigación es el punto clave y a donde se desea llegar, para una mejora en la optimización de sus recursos financieros mediante el costeo objetivo.

Presenta (T., CONTABILIDAD DE COSTOS DÉCIMA SEGUNDA EDICIÓN, 2007)

Los sistemas contables se ocupan de acontecimientos y transacciones económicas, tales como compra y venta de materiales y procesan los datos, para convertirlos en información valiosa para los gerentes, representantes de ventas, supervisores de producción y otros. Los costos se recopilan por categoría, tal como: Materiales, mano de obra y C.I.F. después se elabora un resumen para determinar la totalidad de dichos costos por mes, trimestre o año.

Es de esta manera que se trabaja en Tecnifel S.A., el procesamiento de cualquier transacción económica implica recopilación, clasificación, elaboración de resúmenes y análisis. Entonces se observa claramente que una administración financiera es mucho o más importante dentro de la organización de una empresa, debido a que con una buena optimización de recursos, llegaría a lo más alto de lo que se espera llegar

con buenas utilidades y flujos para combatir responsabilidades que le apremian día a día y que esto se convierte en el pan de cada día.

Una de las técnicas para contrarrestar el impacto que se tiene en la actualidad económicamente, es optimizando los recursos financieros mediante el Costeo Objetivo, siempre se busca mejoras para la entidad en todo aspecto, aplicando nuevas investigaciones, técnicas, sistemas, etc. Todo para un bienestar común y que tanto Gerentes, socios, trabajadores, estén conformes y entusiasmados con cada cambio, entrega, oportunidad que la entidad presente.

Se pretende que la gerencia maneje una correcta planificación de finanzas, que permita optimizar recursos financieros para alcanzar metas u objetivos esperados.

Se puede decir, que una buena administración financiera, ayuda a incrementar el nivel de vida en forma segura. Los componentes para aplicar dicha administración, son los recursos financieros que se maneja. Con el método de costeo objetivo, se busca una visión completamente global de los costos del producto, ya que llega a tener en cuenta los costos generados en todas las etapas del ciclo de vida. Se enfoca principalmente en la etapa de producción de los bienes o servicios, que resultan objetos del costeo y con la participación ordenada de todas las áreas departamentales.

Una de las características claves en este proyecto de investigación, es que exige a los gerentes y contador, se estime constantemente el costo de fabricación de un producto, mientras este se mueve a través del proceso de diseño, basándose en información que proviene de las diversas áreas que componen la organización.

Se debe recalcar y sobre todo resaltar la importancia que todas las áreas de la compañía, es un punto clave para que este sistema de resultado, uniendo los departamentos: comercial, producción, investigación y desarrollo, logística, administración, finanzas, etc. En ello reside su valor.

Los directivos, al fijar el precio objetivo del mercado, seguramente tienen muy consolidado el conocimiento con los productos o servicios con los

que están compitiendo. Todo negocio tiene que estar pendiente de las acciones de la competencia y sus precios, siempre tendrán relación con los de la competencia, en el caso de productos similares y de fácil sustitución. Si los productos de la competencia tienen una mayor funcionalidad y calidad, el precio de venta objetivo tendrá que ser más bajo que el de los competidores. Si la funcionalidad y la calidad son mayores, los precios de venta pueden ser iguales que los precios de los competidores (con lo que se incrementa la cuota de mercado) o superiores (con lo que se incrementan los beneficios).

La estrategia de competencia, es que la empresa en cuanto al futuro producto, influye en su venta inicial. Puede que la empresa quiera fijar un precio más bajo para ganar cuota de mercado rápidamente, o un precio más alto para incrementar la rentabilidad general a largo plazo y crear una imagen de excelencia técnica.

Podemos observar entonces un claro ejemplo de cómo manejamos el costeo tradicional en Tecnifel S.A.

Costo + utilidad (determinada) = Precio de venta

Dado el formato se empieza con la siguiente información:

Cliente, número de proyecto, fecha de elaboración, el ejecutivo que solicita el servicio o producto, periodo de validez, tipo de producto (en la cual se detalla los puntos que ofrece), cantidad a producir y el tiempo de producción.

Luego de esto se detalla, todos los costos asociados al proyecto. Materiales (planchas de madera, Mdf, metal, varas metálicas, marcos y todo elemento cuya contabilización es por unidades) a esto será sometido en número de ítem especificaciones (dimensiones, grosor, color), proveedor, precio unitario, cantidad y subtotal.

Como es una empresa encargada de la publicidad, así como la fabricación del producto (muebles publicitarios), en el área de laminado en el cual se diferencia por elemento. Materiales (vinilos, lonas, printex, Pvc, etc.), las especificaciones (costo, ancho y alto), cantidad y subtotal.

Mano de obra: cargo en el cual abarcan los involucrados directamente en el producto (equipo de carpintería, equipo de pintura, equipo de soldadura, equipo de laminado y equipo de instalación), se divide en la cantidad de personas que trabajan en cada punto o equipo, días asignados al proyecto, horas laborables, horas asignadas al proyecto, costo por hora, subtotal. Dentro de la mano de obra del producto el personal free lance o independiente: cargo, cantidad días, costo por día, cantidad, subtotal.

En cuanto a las instalaciones se cuenta con transporte (taxis, camionetas o camión), el número de factura, costos por flete, cantidad de rutas, subtotal

Como último punto viáticos, esto se debe a que Peope distribuye su producto a nivel nacional. Entonces: empleado el cual ira hacer las instalaciones, la fecha, ciudad, valor, total.

Posterior a esto se le suma todos los costos asociados al proyecto, se resta la comisión o descuento en un 10% por lo consiguiente, el subtotal,

luego sumamos la rentabilidad que es del 40% y como resultado el valor total del producto.

Terminando con un Elaborado, Revisado y Aprobado, a esto se denomina sistema de **Costeo Tradicional**.

Ahora se observa un ejemplo de cómo sería aplicando al mecanismo de costeo objetivo, y de qué manera ayudaría en este proyecto de investigación mediante la optimización de Recursos Financieros.

Muchas decisiones de fijación de precios son de corto plazo y tienen un panorama inferior al año e incluyen fijar precio a una orden especial y única, sin repercusiones de largo plazo.

Las decisiones de largo plazo abarcan un año o más y plantean diferencias en relación con el corto plazo:

- Los costos que no son relevantes en el corto plazo, como los fijos, al existir la oportunidad de modificarlos son relevantes.
- Los márgenes de utilidad se establecen para obtener un rendimiento razonable sobre la inversión.

Entonces se observará el caso como una orden especial, que es un pedido que se realiza una sola vez, no forma parte del negocio normal y no tiene implicaciones en el largo plazo. Se analiza como referencia el caso de la compañía Tecnifel que produce el artículo “Muebles especiales de percha” cuyo precio de venta en el mercado es de \$2,200.00 por unidad y que está considerando un pedido especial para vender 100 unidades a \$1,500.00 cada una, sin afectar el mercado local, dado que serán utilizados con otra marca en otro mercado.

El costo unitario del producto “Muebles especiales de percha” es de \$1,700.00, como se muestra a continuación:

TABLA 4: DATOS

Materiales Directos	\$640.00
Mano de Obra Directa	\$360.00
C.I.F.	\$500.00
Ventas y Administración	\$200.00
Costo Unitario Total	\$1700.00

Fuente: Tecnifel S.A.

La porción variable de los anteriores CIF es de \$300.00 por unidad y de \$200.00 para los gastos operativos de ventas y administración.

Esta orden no tendrá efectos sobre las otras ventas de la compañía como se dijo antes y no requiere ningún tipo adicional de costos fijos, ni de gastos operativos de venta y administración, pues será totalmente manejada por la gerencia.

Solamente los costos e ingresos incrementales serán relevantes. Puesto que los costos fijos, existentes de manufactura y de operación no serán afectados por el pedido, no serán entonces considerados. Igual sucede con los costos variables operativos dados que serán manejados por la administración. El ingreso neto operativo puede calcularse así:

TEORÍA SOBRE OPTIMIZAR LOS RECURSOS FINANCIEROS

TABLA 5: OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS

	Por Unidad	Total para 100 Unidades
Ingreso adicional	\$1,500.00	<u>\$150,000.00</u>
Costos Incrementales		
Materiales Directos	\$640.00	\$64,000.00
Mano de Obra Directa	\$360.00	\$36,000.00
C.I.F. variables	\$300.00	\$30,000.00
Total Costos incrementales		\$130,000.00
Utilidad operativa incremental		<u>\$20,000.00</u>

Fuente: Tecnifel S.A.

Por lo tanto, aun cuando el precio ofrecido en el pedido especial de \$1500.00 por unidad está por debajo del precio unitario normal de \$2200.00; y del costo unitario total de \$1700.00 en condiciones normales y dado que no requiere ningún costo fijo o variable de tipo operativo, resulta en un incremento neto de la utilidad operativa. En general, una orden especial es rentable, cuando los ingresos incrementales excedan a los costos incrementales de la orden. Es necesario recalcar la importancia de estar seguros de la existencia de capacidad ociosa, que implica la carencia de nuevos costos fijos y la no repercusión en las ventas normales al precio vigente. Si la compañía necesita nuevos costos fijos para atender la orden, estos deberían incluirse como incrementales.

El costo objetivo por unidad, suele ser al comienzo inferior al costo existente. El costo objetivo es así, en realidad un objetivo, una meta, algo

por lo que se tiene que luchar para lograrlo. Para conseguir el costo y la utilidad objetivo, la compañía tendrá que reducir sus costos de productos y procesos. El costeo objetivo es ampliamente usado hoy en día en mercados altamente competidos, por compañías como General Motors, Toyota, Daihatsu, Panasonic, Sharp, Toshiba y COMPAQ, entre otras. Ahora se lo intenta implementar en Tecnifel.

Esclareciendo el tema en cuestión a la optimización de los recursos financieros, se puede observar y detectar los procesos y detecciones de lo que se establece en Tecnifel, pero más sin embargo, con la ayuda del nuevo proceso se puede dar un toque y mejor prelude a su giro del negocio.

Comenta (MORON, 2000), las presiones económicas derivadas de la globalización, conllevan a crear estrategias para combatir las fluctuaciones imperantes en el mercado, para lograr y mantener una competitividad basada en la satisfacción del cliente, e incrementar la rentabilidad, obteniéndose en función de lograr un gran número de clientes, dispuestos a pagar el precio de los productos y mediante un constante control de los costos, a través de la optimización de los mismos con una técnica de la contabilidad de gestión denominada Costo Objetivo (Target Costing).

Se añade, que en los últimos años, han surgido empresas de la misma línea en el área industrial en lo que abarca la publicidad, ocasionando la preocupación por parte de la empresa en frecuentes estudios por mantenerse y penetrar con más competitividad al mercado.

El comportamiento del mercado de la línea de producto exhibidores, se ha desarrollado aceleradamente, han surgido pequeñas y medianas empresas fabricantes de la línea, ocasionando la preocupación en algunas de las entidades a mantenerse y penetrar con más agresividad, para esto requieren de unas estrategias que permitan lograr sus metas, comenzando por conocer sus costos e incidencias, comportamientos del

mercado, llegando a ser competitivo mediante la optimización de los costos a través de una técnica denominada costeo objetivo.

Con el diseño de estos procedimientos estratégicos, se espera minimizar los costos en toda la cadena de valor, es decir, optimizar sus procesos internos de gestión operativa y financiera, obteniendo productos que satisfagan las necesidades de los clientes, al menor costo posible y con los más estrictos niveles de calidad y funcionalidad, maximizando los beneficios planificados.

Con esto, se enfoca en lo que se ha detectado en el costeo de Tecnifel S.A.

TABLA 6: PROCESOS

PROCESO	SITUACIÓN DETECTADA
Fabricación del Producto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Requerimiento de Productos Tardíos.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Problemas en el abastecimiento de los productos por no tener convenios con los proveedores por falta de pagos.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escasas pruebas de control de calidad.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantenimientos correctivos, dificultando las mejoras en los índices de eficiencia y rendimiento.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planificación de producción retardada.
Costo de Fabricación del Producto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistema de costeo tradicional.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No poseen tasa predeterminada.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No realizan estimaciones de costos.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Método de costeo tradicional, sin especificar los costos fijos y variables.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Características de un sistema de producción continua, con costos comunes,

	sin la contabilización y acumulación de costos.
Costo Operativo del Producto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los costos de los departamentos de servicios se realizan mediante costos promedios.

Fuente: Tecnifel S.A.

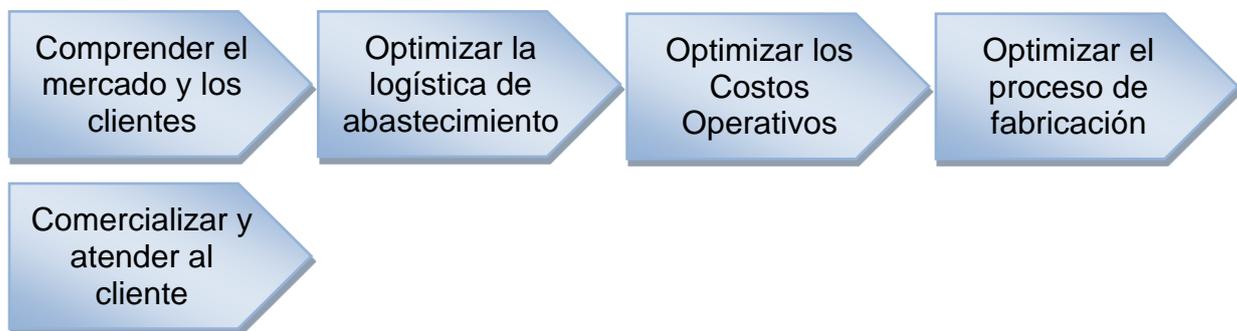
En lo que se puede detectar en su matriz de procesos y detecciones, es que carecen de una planificación eficaz en cada uno de los departamentos, dirigiéndose al área de producción del producto, que en este caso una fase importante para la implementación del costeo objetivo es que la información de costos es escasa, dificultando identificar los mayores causales de costos incurridos.

La contabilización se realiza con el costeo tradicional. El costo total de producción es sobre la base de montos reales y la asignación de los departamentos de servicios es sobre un promedio de producción. Ausencia de tasa predeterminada para la cuantificación de la mano de obra o de los gastos indirectos de fabricación.

Dado un poco de descontrol en la empresa es significativo y de mucha utilidad, implantar todas las premisas del sistema de costos de producción continua, para la contabilización y la asignación de costo a cada una de las actividades de la empresa. Orientar las mejoras del producto en función de satisfacer al cliente. En la calidad del producto terminado, determinar y aplicar las pruebas de calidad total, recomendables en cada uno de los procesos que conforman la cadena de valor de la empresa, para poder medir la eficiencia de la aplicación de estrategias orientadas por el costo objetivo.

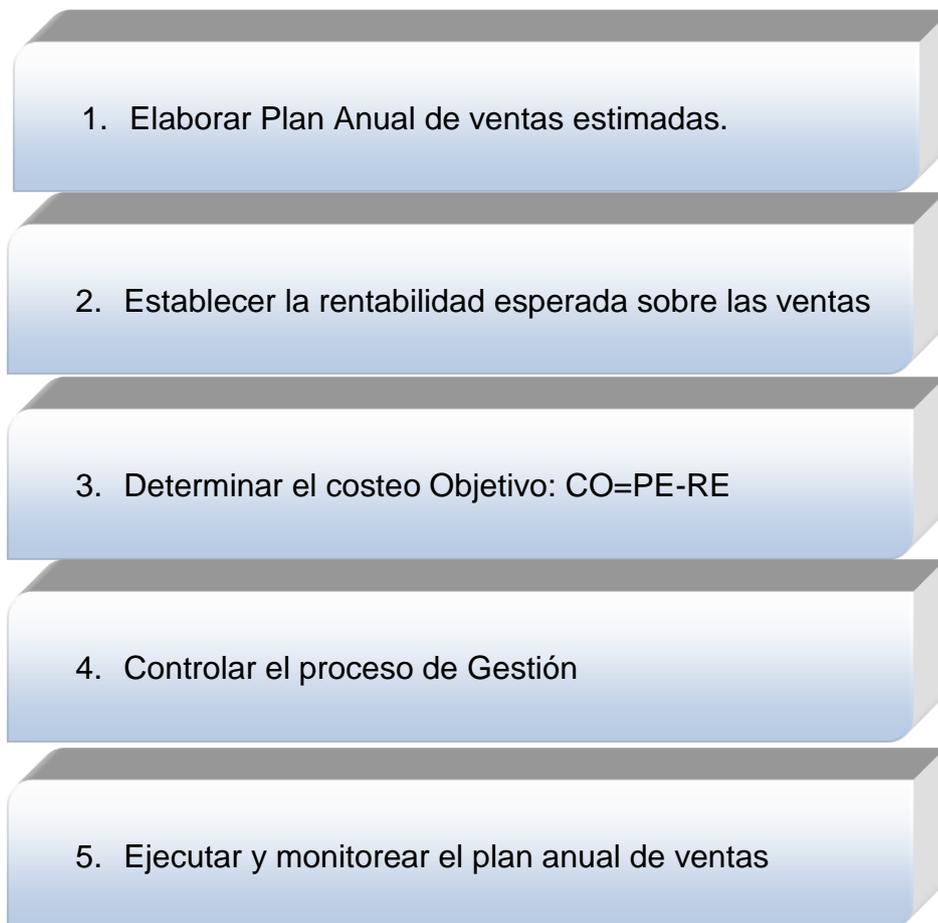
Estas estrategias que ayudará en este proceso para optimizar recursos financieros bajo el enfoque del costeo objetivo en la línea de producción y comercialización.

ILUSTRACIÓN 2: CADENA DE VALOR



Fuente: Tecnifel S.A.

ILUSTRACIÓN 3: PLAN DE PROCESO



Fuente: Tecnifel S.A.

Estrategias bajo el enfoque del costo objetivo para la optimización de recursos financieros.

TABLA 7: ESTRATEGIAS BAJO ENFOQUE COSTO OBJETIVO

PROCESOS PRIMARIOS	ESTRATEGIAS PROPUESTAS A CORTO PLAZO Y MEDIANO PLAZO
1. Comprender el mercado y los clientes	▪ Realizar Plan anual de ventas.
	▪ Realizar Investigaciones de mercado y producto.
2. Optimizar la logística de abastecimiento	▪ Realizar la Planificación anual de compras.
	▪ Definir los días de inventarios.
	▪ Tener stock de los productos.
3. Optimizar los costos de los procesos operativos.	▪ Elaborar un presupuesto anual de egresos.
	▪ Establecer los costos promedios de la producción anual.
	▪ Establecer una base predeterminada.
4. Optimizar los procesos de fabricación	▪ Realizar y ejecutar el plan anual de fabricación.
	▪ Elaborar y ejecutar un plan de mantenimiento preventivo.
	▪ Capacitar al personal específico de control de calidad.
5. Comercializar y atender al cliente	▪ Capacitar a la fuerza de ventas para información relevante acerca del mercado y producto.
	▪ Estimar las ventas según comportamiento de mercado y producto-Planes de comercialización.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar cronogramas de distribución acorde a la flota de transporte. ▪ Mejorar convenios con los proveedores en costos y tiempos.
--	---

Fuente: Tecnifel S.A.

Estrategias bajo el enfoque del costeo objetivo para procesos de apoyo.

TABLA 8 : ESTRATEGIAS COSTO OBJETIVO EN PROCESOS DE APOYO

PROCESOS DE APOYO	SEÑALES DE ORIENTACIÓN
1. Elaborar Plan Anual de Ventas Estimadas	▪ Comportamiento de las ventas.
	▪ comportamiento del mercado y producto.
	▪ Capacidad Financiera de la empresa.
2. Establecer Rentabilidad esperadas sobre las ventas.	▪ Políticas de fijación de precios.
	▪ Implantación de una planificación estratégica.
3. Determinar el Costo Objetivo	▪ Ecuación $Co=PE-RE$
	▪ Implantación de la absorción de variación.
4. Controlar el Proceso de Gestión	▪ Políticas de ventas y cobranzas.
	▪ Políticas de Compras.
	▪ Políticas de Recursos Humanos.
	▪ Políticas de Producción.
5. Ejecutar y Monitorear el Plan Anual de Ventas	▪ Cumplimiento de la Planificación estimada de ventas.
	▪ Cultura de equipo.
	▪ Desvío en la Planificación.
	▪ Mejoras del sistema (Procesos de Producción).

Fuente: Tecnifel S.A.

Si bien es cierto, hoy en día llevar una correcta y ordenada aplicación de sus recursos, es muy importante en todas las áreas de una empresa, manteniendo un método tradicional o de costeo objetivo. en ambas la participación de la Gerencia y sus subordinados, es vital para lograr generar lo que se pretende que son utilidades y bienestar en cada una de las personas que conforman la entidad.

Las estrategias propuestas, se basaron en procesos soportados por otros denominado procesos de apoyo, cada uno conformado por diversas actividades generadoras de valor dentro de la empresa.

Se puede observar que no cuenta con una correcta aplicación de sus recursos, partiendo en la parte operativa de la entidad, es decir, una administración que verifique y monitoree cada uno de sus procesos para con esto llegar al objetivo deseado en cuanto a costos.

Tener una clara misión y visión de la empresa, representa para cada una de las personas involucradas colaborar para que sus objetivos deseados, personales y profesionales, que satisfagan la necesidad de su espíritu.

Dentro del área administrativa, debido al entorno de la organización, es necesario mantener una estrecha relación con los proveedores, mediante la integración de estos en las metas de la empresa. Con esto quiere decir, requerimientos a tiempo, precios de productos bajos, tener más de un proveedor en sus productos principales para comparar precios, calidad y obviamente encaminarse al mejor postor. También se podría llevar un formato de hojas de presupuestos de materiales, ser monitoreado constantemente y comparado para llegar a la finalidad de precios más bajos con una excelente calidad que les permita dar un buen producto, minimizando los costos optimizando recursos financieros.

En el área comercial aumentar la motivación de los clientes, mantenimiento la calidad y funcionalidad del producto, es de mucho interés integrar al personal laboral de la empresa a la consecución de las metas, mediante la colaboración y la presencia al momento de cumplir con una planificación estratégica. Lo ideal del departamento comercial es la innovación al instante de captar la atención del cliente, penetrando su

marca y que sea acogida con la demanda que mantiene la línea de este producto, llegando a los clientes más potenciales de Ecuador y seguir imponiendo a más empresas a nivel nacional.

Dirigiéndose al área de producción, agregándole valor a todo lo que ha transcurrido a lo largo del tiempo, aplicándole la técnica costo objetivo (target costing), tras un meticuloso estudio por mantenerse y penetrar con más competitividad al mercado, el diseño de los procedimientos que se ha visto reflejado, se espera minimizar costos en toda la cadena de valor para mejorar procesos internos de gestión operativa, como productiva.

Con los procesos y las situaciones detectada en cada una de sus fases y enfocándose directamente al área de producción, que en el cual se aplicaría el método de costeo objetivo, se puede observar un sinnúmero de causales en la cual se ve inmersa dicha entidad, pero también se ayuda a que esta mejore con las técnicas o métodos que día a día mediante investigaciones, innovación, tecnología y demás, se pueda solucionar. Dentro de la gestión de costos identifica las actividades que conforman la cadena de valor pero dentro de los departamentos de la empresa, la desintegración laboral, al mismo tiempo esta ausencia recae en futuros beneficios inciertos a la hora de fijar los precios. Es por esto que con la técnica de costeo objetivo se pretende y en lo que se recalca en los procesos de apoyo y estrategias a corto y mediano plazo bajo el enfoque de costeo objetivo, es que dentro de las actividades realizadas se controle el mercado y tener mayores ventas que se basa en alcanzar la estrategia de liderazgo en costos.

Dentro de sus controles de la entidad, instituir planificación anual de ventas, producción y estimaciones de gastos, con la colaboración de datos y análisis más veraces en relación con los clientes y el mercado, sería clave para medir cada uno de ellos y estar supeditado a cualquier eventualidad, incremento, ampliación que la organización presente, obviamente con la supervisión y monitoreo mensualmente de las matrices y riesgos en este plan.

En la calidad del producto terminado, determinar y aplicar las pruebas de calidad total, recomendables en cada uno de los procesos que conforman la cadena de valor de la empresa, para poder medir la eficiencia de la aplicación de estrategias orientadas por el costo objetivo. Esto con la finalidad de dar una satisfacción al cliente y cumplir con el objetivo planteado.

Si bien es cierto la economía en los últimos años y en cada uno de los países ha generado cambios importantes en los mercados, de tal manera que se ven inmersos en un incremento de la competencia interna y externa, una reducción del ciclo de vida de los productos, por los permanentes cambios tecnológicos, y un cambio profundo en la mentalidad de los consumidores. Es por esto que se lleva a una investigación profunda, sobre los precios relativos de sus productos tanto en mercado interno como externo, por lo que se ve obligado a modificar su esquema de gestión, técnicas y métodos, analizando la aplicación de otra secuencia, que tiene su punto de partida en el precio de venta, al cual se le resta el margen de utilidad deseado para llegar a lo que sería el máximo costo que se debería obtener para un producto.

Para cada una de sus etapas en lo que quiere trabajar la empresa mediante el monitoreo el análisis de los desvíos, la desviación entre el costo predeterminado admisible en principio y el costo objetivo fijado como meta, deberá ser examinada, optimizando la concepción del producto y las operaciones que conformen su proceso productivos, tratando de acercar los costos actuales a los enmarcados como costo objetivo. Sin dudas esta etapa marca el punto crítico y vital del proceso de "target costing", dado que requiere una actividad coordinada y cooperativa, entre distintos sectores de la compañía, que deben lograr acuerdos para compartir entre todos el valor total o costo máximo admitido, tarea que generalmente se ve reflejada en el establecimiento de cupos o montos máximos para cada actividad o sector (por ejemplo valor total de los materiales, costos de conversión en planta, costos de comercialización, costos de diseño, etc.).

Uno de los objetivos principales para que la técnica de “target costing” funcione, se logra a través de la posible reducción del número de partes o piezas del producto, sin afectar la calidad del mismo, el análisis para la autorregulación de las diferentes etapas de producción, la sustitución de materiales elevados costo por otros de menor precio sin alterar el valor al cliente, por eso que para esta empresa el departamento de compras o inventario sería clave para que la técnica funcione con un fuerte resultado. Entre las principales características del costeo objetivo que puedo adicionar son las siguientes:

- Como punto principal el ciclo de vida del producto.
- Visión global de los costos del producto.
- Exigir a la gerencia estimar el costo de fabricación de los productos.
- Orientarse al mercado y al cliente.
- Gestionar costos de productos nuevos (nueva marca, promociones, marketing, etc.)
- Reducir costos(en este punto importante es el proveedor)
- Integración de las diversas áreas de la empresa como lo son producción, comercial, compras, administración, etc. Adicionar si es necesario.

Argumentando a esta realidad y observando ejemplos que en los cuales se han aplicado este método muy verídico y funcional en diferentes compañías, la propuesta que se plantea en este trabajo de investigación, es aplicable el método “Costeo objetivo” a través del cual, las empresas de servicio como en este caso Tecnifel S.A. les permitirá anticipar sus costos y definir rentabilidad en nuevo proyecto, antes de que sea producido, aprovechando como se había indicado meses de baja producción, y capacidad ociosa que esta mantiene. Con esta aplicación se corroborará como la utilidad al finalizar el año va a mejorar tal como la gerencia lo estima y espera. Tras obtener cambio en la entidad, tendrá un cambio de mentalidad tanto como para los cabezas de áreas como el resto del personal con esa motivación constante que esta técnica los envolverá.

2.3.- MARCO REFERENCIAL

Autor(es): Cantor Marroquín, Brendaluz Cristina, Orellana Corpeño, Laura Carolina y Marroquín Ayala José

Título: Análisis de los costos y su efecto en el cálculo del margen de contribución y la toma de decisiones en empresa de publicidad con servicios de impresión digital.

Institución: El Salvador

Año: 2013

Resumen: En la actualidad, se ha detectado que muchas organizaciones no determinan sus costos de operación en base a algún método en particular sino que se guían por la experiencia adquirida, dejando de lado el análisis y la distribución eficiente de éstos lo que ocasiona la falta de información en el proceso de toma de decisiones, puesto que las cifras no corresponden a la situación financiera real; de igual manera los precios de venta son asignados sin considerar el efecto del cálculo del margen de contribución.

Es por ello que dicha problemática es abordada en empresas de publicidad con servicios de impresión digital, ya que es necesario reconocerlos, identificarlos, clasificarlos y calcularlos apropiadamente; pues constituyen una herramienta con la cual se pueden realizar revisiones, evaluaciones y controles al desempeño; además determina la factibilidad de los negocios mediante el cálculo del margen de contribución para evaluar cómo un producto o servicio contribuye a la recuperación de los costos fijos y a la generación de utilidades esperadas. Mediante procesos de investigación y es como lo hemos observado a lo largo del proyecto investigativo, tanto en las actividades que desempeñan, procesos administrativos y operativos que poseen introduciéndose en el área de producción en el campo de impresiones digitales parte del giro del negocio y de la publicidad para costear un stand de vinil se ha determinado que no se registra lo incurrido en materiales directos ni la mano de obra en base a cifras reales sino a porcentajes ya establecidos por precios relativos de los proveedores mas no actualizados los cuales

incluyen carga de los costos indirectos de fabricación por lo tanto el margen de contribución correspondiente al rubro de vinil no va a ser tan real como se espera.

Aporte del trabajo de investigación ya realizado y mi trabajo de investigación.

Como resultado y con esta tesis referencial, midiendo la operación del área de diseño gráfico en cuanto a costos, podrán plantear y analizar estrategias de costeo objetivo que la organización puede considerar como parte de sus operaciones diarias y así evaluar la factibilidad de aplicarlas o no, tomando de base los precios fijados más la utilidad que se espera ganar con la investigación de la gerencia en cuanto a precios dependiendo del mercado, actualizándose día a día en sus cotizaciones con sus proveedores. En conclusión las entidades al no contar con procedimientos para el análisis de los costos no poseen información fiable que les permita respaldar sus decisiones, por lo que carecen de herramientas para evaluar la factibilidad de implementar estrategias ante diferentes escenarios y se ven forzadas a adoptar medidas a corto plazo que no necesariamente den sostenibilidad al negocio. Por lo que se recomienda implementar procesos que faciliten la correcta clasificación, registro y contabilización de los mismos para poder analizarlos y tomar decisiones en base a éstos, mediante la técnica de costeo objetivo.

Autor(es): Eduardo, Capmartin Martínez Miguel

Título: Análisis y desarrollo de un modelo de negocio con aplicación de ingeniería industrial para hacer rentable y operativa la empresa Uclasificados cia. Ltda.

Institución: Universidad Javeriana de Bogotá - Colombia

Año: 2009

Resumen: Acota en su proyecto de investigación pretender cumplir con el objetivo principal de desarrollar un modelo de negocios con la aplicación de herramientas de la ingeniería industrial tales como el desarrollo de un proyecto de mercadeo, la elaboración de un modelo de planeación y

evaluación financiera y el desarrollo de un modelo de análisis estadístico multivariable, que permitirán que la empresa Uclasificados Ltda. Se establezca como una entidad productiva, generadora de ingresos y empleos, creando valor y reconocimiento a la página web www.Uclasificados.net en el mercado universitario, y su crecimiento sostenible.

La comunidad universitaria en Colombia y en el mundo es una población muy grande y creciente, con alto acceso a internet, y poseen muchas necesidades no han sido hasta el momento atendidas, por medio de un servicio de suministro de información gratuito como una página web de clasificados, de fácil uso, sobre bases locales. Las tres herramientas desarrolladas en el proyecto se complementan para ser guías del lanzamiento del proyecto, su puesta en marcha y seguimiento seguido creando valor a la empresa. El proyecto de mercadeo es la base para arrancar el proyecto, crear servicio que satisfaga las necesidades del mercado objetivo, y darlo a conocer, teniendo en cuenta los objetivos corporativos. El plan financiero lo utilizamos continuamente para analizar y evaluar las inversiones a realizar y su rentabilidad a futuro y finalmente el modelo de análisis estadístico brinda las herramientas para evaluar los aspectos significativos del negocio como el comportamiento de los usuarios, el comportamiento de las estrategias de mercadeo y las proyecciones de las variables del negocio de manera que se puedan crear modelos de proyección para luego acoplarlos al análisis financiero y que los resultados sean mucho más parecidos a la realidad.

Aporte del trabajo de investigación ya realizado y mi trabajo de investigación.

Hablando en tema de acceso a internet, para la empresa es una herramienta principal en el área comercial, marketing y mercadeo. Si bien es cierto la empresa cuenta con una página web en las cuales da a conocer la diversidades maravillas que crea la empresa. Expone su producto y un pequeño resumen de su vida en la Historia. Pero no cuenta con un manejo constante de aquello, es decir, y muy importante como lo

vemos en otros criterios el uso de las páginas web genera mayores ventas y conocimiento en nuevos consumidores en lo que cabe el abastecimiento del país, generando una optimización de recursos financieros ya que evitaríamos entregar volantes, tv, radio y demás costos a lo que se sometería la empresa, más sin embargo, esta página sería uso neto del área comercial y ventas basada en una contabilidad de gestión con la que cuenta la empresa y darse a conocer incluso a nivel mundial.

Autor(es): Chávez Guillermo, Castillo Jhon, Caicedo Nelson, Solarte William

Título: Costeo ABC ¿Por qué y cómo implantarlo?

Institución: Universidad ICESI Cali – Colombia

Año: 2004

Resumen: Hoy en día las exigencias del cliente cada vez son mayores en cuanto a calidad, servicio y precio; es por ello que las tendencias mundiales que actualmente rigen el campo empresarial reconocen que contar con información de costos que les permita conocer cuáles de sus productos y/o servicios son rentables y cuáles no, las lleva a poseer una ventaja competitiva sobre aquellas que no la tienen, pues con dicha información la dirección puede tomar decisiones estratégicas y operativas en forma acertada.

De acuerdo con lo anterior, la Clínica de los Remedios requiere de un buen sistema de costos con el cual pueda determinar con exactitud el costo de los productos y/o servicios que ofrece, así como la rentabilidad de los mismos; para ello es indispensable conocer no sólo los insumos y los recursos que requiere el producto y/o servicio, sino también las áreas relacionadas con ellos y las actividades que los involucran.

Se pretende diseñar una metodología de costeo ABC y aplicarla como piloto en el área de imagenología, que actualmente desconoce parcialmente el costo de los servicios que ofrece y por ende su rentabilidad. Buscamos que la implantación de la metodología se realice

integralmente y en el contexto de un proceso de planeación estratégica que incorpore en forma consistente una gestión administrativa, presupuestal y de costos enfocada por actividades.

Aporte del trabajo de investigación ya realizado y mi trabajo de investigación.

Extendiéndonos un poco en cuanto a las diversos métodos de sistemas de costeos, el sistema mundial de “Costeo ABC”, el cual es muy bueno también y que muchas empresas nacionales e internacionales la usan y también es efectiva, se basa en el tratamiento que se da en los costos indirectos de fabricación no fácilmente identificados como beneficios, ABC toma la perspectiva a largo plazo reconociendo que en algún momento determinado estos costos indirectos pueden ser modificados por lo tanto relevantes para la toma de decisiones.

El costo ABC o cost drivers se basa en unidades, como los usados para otras bases, tratando de producir una mayor precisión en el costo de los productos. Es una herramienta de muy buena técnica, en la cual se dirige o se direcciona más en las fases de producción, a diferencia del método de costeo objetivo en la cual involucra un poco más a cada uno de los departamentos para llegar al objetivo o meta deseada y en la cual me permite acaparar la capacidad ociosa que existe en Tecnifel, por lo general en meses específicos y que ayudara a incrementar a nivel anual la utilidad del ejercicio como punto clave y sometiéndonos a la necesidad de Tecnifel.

Autor(es): Cumana, Lara Ramírez Ronald Antonio

Título: La estructura financiera en el plan estratégico de las organizaciones

Institución: Universidad de oriente núcleo de sucre - Venezuela

Año: 2012

Resumen: Las organizaciones para lograr un nivel de efectividad y eficiencia en las actividades cotidiana, deben elaborar y ejecutar un plan

estratégico, el cual le permita ayudar a que la organización desarrolle, organice y utilice una mejor comprensión del entorno en el cual opera, de sus capacidades y limitaciones. Éste constituye una guía para que los gerentes, tomen en consideración las fortalezas y debilidades, las oportunidades y amenazas, así como también aquellos elementos financieros y no financieros que están contemplados en la estructura financiera de las organizaciones. La estructura juega un papel importante en los planes estratégicos, puesto que en ella se ven reflejado los recursos financieros y no financiero que dispone la empresa y los dueños de dichos recursos (acreedores, accionista). El objetivo de esta investigación consistió en analizar los elementos de la estructura financiera considerados en el plan estratégico de las organizaciones, para lo cual, se requirió de un estudio documental, de nivel descriptivo, evidenciándose que al optimizar los recursos financieros y no financieros con que cuenta la organización se puede alcanzar el éxito de la misma y garantizar su sostenibilidad en el tiempo.

El sistema presupuestario como la proforma, es una herramienta importante con que cuenta la administración moderna para alcanzar objetivos planeados. Decidir anticipadamente las necesidades de dinero y su correcta aplicación, buscando su mejor rendimiento y su máxima seguridad financiera. Sin un nivel adecuado de efectivo y pese a la baja de nivel que presentan las utilidades de la empresa está expuesta al fracaso. Los presupuestos de efectivo y los estados, son útiles no sólo para la planeación estratégica interna; sino que forman parte de la información que exigen los prestamistas tanto presentes como futuros, ya que, los estados financieros proforma muestran los niveles anticipados de ingresos, costos, gastos, activos, pasivos y capital social, permitiendo, de esta forma, concentrarse en futuras acciones o estrategias que permitan a la organización levantarse y alcanzar el éxito.

Aporte del trabajo de investigación ya realizado y mi trabajo de investigación.

Se puede añadir a esto que las organizaciones, deben aplicar planes estratégicos destinados a la diversificación de sus procesos, mediante la oferta de nuevos productos o servicios, a esto motivado al carácter de disponibilidad temporal que presenta el departamento en que opera, lo cual ejerce una influencia directa en los ingresos percibidos.

Considero que el mayor desafío de la educación superior, está referido a la necesidad de insertarse y orientar el cambio de la sociedad en el aspecto económico, tecnológico e innovador, es por esto que se ha elegido un proyecto de investigación que más que un nuevo método de sistema de costeo ayude a la optimización de recursos que es lo que toda organización espera y con buenos resultados.

2.4.- MARCO CONCEPTUAL

Costeo objetivo.-o sistemático como también se lo conoce, debe alcanzar una meta y para ello debe pasar y superar muchas limitantes como lo es la calidad, normas para poder reducir el costo total de un servicio o producto mediante técnicas especializadas que busquen obtener lo mejor de un producto y poder cumplir con las funciones para cual ha sido creado.

Costos.-Conjunto de operaciones diarias como registrar, acumular, distribuir, controlar, analizar e informar los costos de producción.

Sistemas de costo.- Existen diversas formas para costear un producto, entre las cuales podemos observar las siguientes: Según la forma de producir (costos por órdenes, costos por procesos, costos por ensambles), Según fecha de cálculo (costos históricos, costos predeterminados), Según método de costo (costo real, costo normal, costo estándar), Según tratamiento de los costos indirectos (costo por absorción, costo directo, costo basado en las actividades

Producción.- fabricación o elaboración de un producto mediante el trabajo.

Vida útil de un producto.- La vida útil es un parámetro al momento de su diseño, cumpliendo correctamente con la función para lo cual ha sido creado. Estos son calculados en horas de duración, es decir, en los sistemas de costeo.

Fases de Producción.- Lo siguiente:

El producto que se va a construir y los requerimientos de usuario, es decir, conocer con precisión cuales son las necesidades a las que responde el desarrollo de un producto como el que se diseñará.

Diseño del producto, se puede decir, en esta fase que consideramos todas las variables del producto siendo agrado del consumidor.

Producción del producto.- Decimos que es la organización y división del trabajo entre los miembros del grupo, aplicación de los procesos, velando por la calidad del proceso y producto

Utilidad.- Beneficio que se obtiene de las actividades registradas de un producto o servicio.

Precio de Venta.- Valor monetario que es asignado a un producto y que está dispuesto a recibir por la venta de un objeto.

Costo fijo Total.- Factores fijos de la empresa y, por lo tanto a corto plazo se mantienen constantes a los diferentes niveles de producción.

Costo Variable Total.- Varían al aumentar o disminuir el volumen de producción.

Calidad.- Los clientes esperan altos niveles de calidad. La administración de calidad total, es una filosofía en la que la administración mejora las operaciones de toda la cadena de valor para ofrecer productos y servicios que excedan las expectativas del cliente. Con el orden y todas las medidas de control que maneje el área de producción, la calidad del producto se ve inmersa en la potencia de lo que se expone al cliente.

Tiempo.- El tiempo de desarrollo de un producto tiene muchos componentes, el crecimiento notable de la innovación tecnológica, ha reducido el tiempo de ciclo de vida de los productos y aumentado la necesidad de las empresas de sacar nuevos productos al mercado con mayor rapidez. Esto que con la ayuda de un equipo con ganas de

trabajar, tecnología de punta e iniciativa, en Peope se siente la necesidad de avanzar de manera rápida y eficaz a la hora de elaborar un producto.

Optimización de los Recursos.- Esto se basa en lograr objetivos financieros que estén orientados a darnos seguridad económica en el momento, pero también en el futuro.

Optimización de recursos empresariales.- Facilita a las empresas la mejor manera de utilizar sus recursos para conseguir lo que se quiere. En el entorno empresarial se consideran los siguientes recursos; además de los recursos humanos se encuentran:

Recursos Económicos.- Es el medio que permite resolver los imprevistos que pueden presentarse en la actividad comercial o productiva.

Recursos Financieros.- Se refiere a la circulación del dinero, los bienes y los patrimonios, se componen de los saldos de los bancos, el dinero de caja, los depósitos en bancos, las acciones, los bonos, etc.

Recursos Tecnológicos.- Ayudan a desarrollar las operaciones diarias de la producción, así como de comercialización y comunicación.

Recursos Materiales.- Estos son los tangibles tales como el terreno, la maquinaria, las instalaciones y la materia prima.

El proyecto de optimización de recursos es una decisión estratégica, que corresponde al más alto nivel de la organización para impulsarlo, lograr el cambio y beneficios esperados. El enfoque de este proyecto de investigación es el de tomar medidas inmediatas sobre la forma que se gestionan los recursos claves, para lo cual es importante evaluarse, monitorearse y lograr un alto compromiso de la gerencia y equipos de trabajo.

Los recursos claves a considerar en esta estrategia de optimización son: el Capital Humano, es decir el personal que lo conforma, la Maquinaria y equipos (activo fijo), Tecnología y las Existencias (materias primas, consumo de energía, agua y otros).

Costos Relevantes.- Se modifican o cambian de acuerdo con la decisión que se adopte, también se les conoce como costos diferenciales, son

aquellos que experimentan cambio positivos o negativos con respecto a la situación inicial al tomarse un proyecto en ejecución.

Costos incrementales.- Aquellos que se incurren cuando las variaciones de los costos son ocasionados por aumento de las actividades u operaciones de la empresa.

Ingresos incrementales.- Se lo puede comprender que participa en el momento en el que se implementa una nueva línea de producto o servicio, que normalmente este provocará un incremento notable en sus ingresos, de tener esta nueva línea una positiva aceptación.

Costos variables operativos.- Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa. Son los costos por “producir o “vender”.

Demanda.- Cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a un precio y cantidad dado en algún momento determinado.

Oferta.- Al igual que la demanda la oferta es la cantidad de bienes y servicios que a diferencia de la demanda los productores están dispuestos a ofrecer a un precio y cantidad en un momento determinado.

Margen de utilidad.- son operaciones relativamente simples que muestran la proporción de varios números de ganancias sobre ventas, un margen de utilidad bruta alto le da a tu negocio una posición más estable y rentable.

Capacidad Ociosa.- Potencial productivo no utilizado por la empresa. En los casos de grandes empresas industriales, en las que se tienen instalaciones de gran volumen y que ocupan gran espacio dentro de la planta, pero que por razones de mercado, se tienen un estado de actividad latente, o en inactividad permanente, se dice que la empresa tiene una "capacidad ociosa o inactiva", que eventualmente puede causar grandes perjuicios, por el sostenimiento de cargas fijas sin absorber, como las cargas de mantenimiento, intereses de capital y la depreciación de los activos e incluso el recurso humano de la empresa.

Reingeniería.- La necesidad de un cambio de trabajar en lo que se está trabajando pero con más fuerzas, ganas, dar lo mejor en las diferentes áreas de la entidad se puede decir en este proyecto de investigación como: costos, calidad, servicio y rapidez.

Orden especial.- Se puede decir que una orden especial o pedido especial, el cual se requiere que se venda un producto o servicio a un precio menor que el del mercado sin que la empresa genere pérdida aceptando el contrato, adicional que no genere molestia o con los actuales clientes. A esto se puede acoger si está seguro que en la empresa existe capacidad ociosa para que no afecte su actividad productiva normal.

Cadena de valor.- se describe a la manera como se desarrolla las actividades de una empresa, es posible hallar escalones que intervienen en un proceso económico iniciándose desde la materia prima hasta llegar a la distribución del producto terminado en cada escalón se añade valor, que en términos competitivos se entiende como la cantidad que los consumidores están dispuestos a pagar por un producto determinado.

Contabilidad de Gestión.- Es una rama de la contabilidad y tiene como objetivo la captación, medición y valoración del movimiento interno, así como su racionalización y control con el fin de suministrar a la organización información relevante para la toma de decisiones, esta contabilidad está ligada con la contabilidad de costos y la contabilidad y la contabilidad financiera.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.- METODOLOGÍA

3.1.1.- TIPOS DE LA INVESTIGACIÓN

Uno de los tipos de investigación que se escogió en el actual proyecto, fue la **Investigación Descriptiva**, en el cual se analizó de acuerdo a la población, los procesos existentes de producción y su continuidad en la fabricación de los productos para constatación de capacidad ociosa de Tecnifel.

Con esta investigación, se obtuvo mayores resultados, puesto que mediante un estudio profundo con información existente y con una correcta interpretación, se determinó si es posible la aplicación del método de costeo objetivo, observando si en la capacidad ociosa se puedan ofertar nuevos productos sin perjudicar el mercado actual.

Otro de los tipos de investigación que se escogió para el actual proyecto es la **Investigación Explicativa**, el cual generó un sentido de entendimiento, combinando sus elementos de estudio apuntando a las causas de los eventos en el actual proyecto, con preguntas establecidas mediante entrevistas tales como: ¿Por qué ocurre? O ¿En qué condiciones ocurre?, con esto se manifestaron las causas de los sucesos, considerándolo como un estudio completo de la investigación.

3.1.2.- ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque de la investigación sobre el cual se trabajó en este proyecto, es el **Método Cualitativo**; debido a que se centra en las regularidades, relaciones y forma de las actividades de la organización. Se analizó datos en partes para responder al planteamiento del problema, tales estudios se interpretaron a la luz de las predicciones iniciales. La interpretación constituye una explicación de cómo los resultados encajan en el conocimiento existente siendo lo más objetiva posible. Finalmente con este método se pudo explicar y predecir los fenómenos investigados,

buscando mejoras y regularidades. En este proyecto como objetivo principal estuvo la construcción y demostración de lo que se había anunciado.

3.1.3.- TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.3.1.- TÉCNICA MEDIANTE ENTREVISTA

Se organizó mediante un cuestionario estructurado, las cuales se formularon de acuerdo al criterio y experiencia del investigador con un determinado fin y que son necesarios para esclarecer el proyecto de investigación. El éxito que se logró en la entrevista fue el nivel de comunicación que se alcanzó con el entrevistado y la preparación que tuvo el investigador en cuanto a las preguntas que realizó, las cuales dieron el mayor resultado de lo que se pretendía hallar.

3.1.3.2.- TÉCNICA DE OBSERVACIÓN

Se recogió información sobre todas las áreas departamentales de Peope, esto implica adentrarse a profundidad en situaciones sociales del entorno y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente, estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones, evitando actitudes de superioridad respetando la respuesta del entrevistado sin objetar, de acuerdo a ciertos principios que se llevó a cabo en la observación.

3.1.3.3.- TÉCNICA DOCUMENTAL

Se hizo una lectura general de los documentos que maneja la empresa como tal, con el fin de captar planteamientos esenciales y aspectos lógicos de sus contenidos. Seguido de esto el proceso de la información, independientemente del soporte documental que se halló.

El presente trabajo de investigación, se llevó a cabo mediante entrevistas, en las cuales se tuvo un contacto muy cercano con el personal involucrado, mediante preguntas establecidas sobre los procesos de costos y contables, como también procesos de gestión en la cual se entendió de una mejor manera el sistema de costeo que se lleva actualmente, para luego introducir o recomendar el sistema de costeo objetivo en tiempos de capacidad ociosa, con propósitos de análisis interno y toma de decisiones y para mejora de la organización.

Otra técnica aplicada en el presente proyecto investigativo, es el de la observación, una vez realizada las entrevistas, se comprobó la realidad de la situación, organizando intelectualmente y divulgar los hechos existentes, se utilizó la observación con un objetivo bien determinado dentro del proceso de investigación, debido a que se constató las necesidades de la entidad y por lo consecuente la de sus colaboradores.

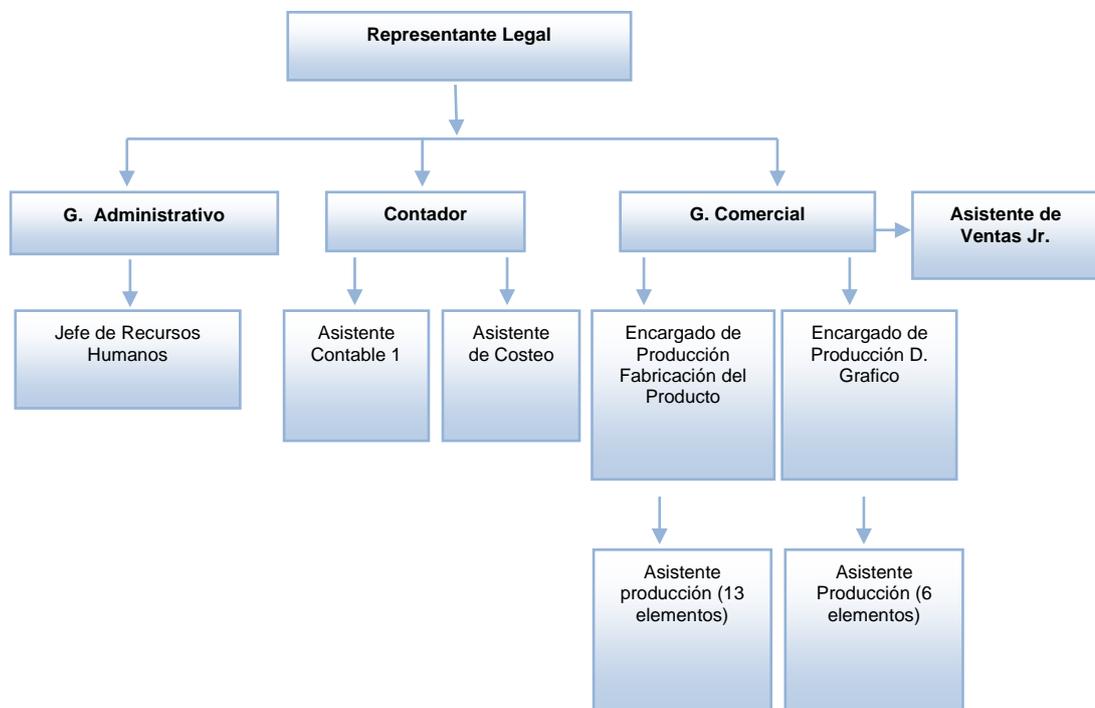
Por último la técnica documental, que consistió en la evaluación de informes detallados, indicando que documentos son importantes y cuales no lo son, esto dependió de las habilidades del investigador que trató de examinar que documentos tiene y si es el caso de que necesite más documentos faltantes, con el propósito de beneficiar a la entidad. Es por esto que cuando se busca una documentación se produce el proceso el cual se basa específicamente en que un documento remita a otro y así sucesivamente, para encontrar pistas relevantes parte del desarrollo de la investigación.

3.2.- POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1.- POBLACIÓN

Una de las características importantes en este proyecto, es conocer el tamaño de la población, objeto de estudio. Peope cuenta con de 29 integrantes:

ILUSTRACIÓN 4: POBLACIÓN



Fuente: Tecnifel S.A.

ILUSTRACIÓN 5: POBLACIÓN DEPARTAMENTAL

Departamento	Cargo	Cantidad
• Administración	• Representante Legal	• 1 Persona
	• Administrador	• 1 Persona
• Contable	• Recursos Humanos	• 1 Persona
	• Contador	• 1 Persona
	• Asistentes Contables	• 2 Personas
• Comercial	• Gerente Comercial	• 1 Persona
• Ventas	• Asistentes de elaboración del producto	• 14 Personas
	• Asistentes de diseño del producto	• 7 Personas
	• Asistente de ventas Jr.	• 1 Persona
	• TOTAL	• 29 Personas

Fuente: Tecnifel S.A.

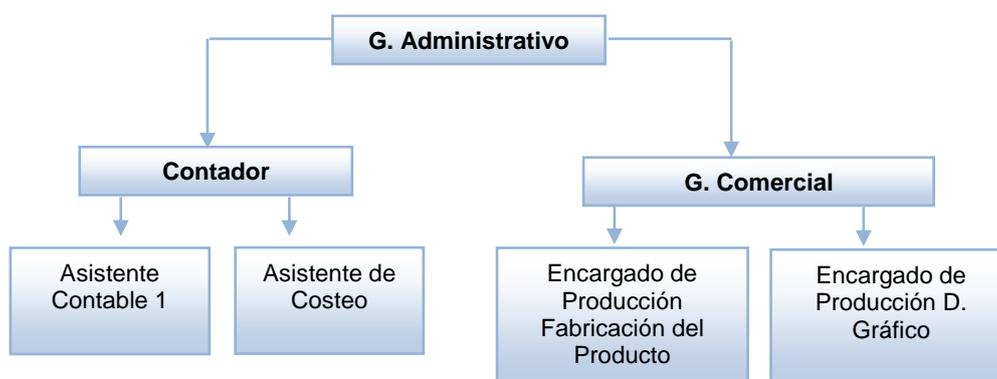
3.2.2.- MUESTRA

La muestra, representa una parte de la población, objeto de estudio, está determinada por 7 integrantes. El Administrador, por tres ejecutivos del área contable que son el Contador, dos asistentes contables y en el Departamento Comercial, el Gerente, Encargado de Producción (fabricación del producto), Encargado del Diseño Gráfico.

Se escogió a las siete personas directores de áreas, con peso y obligaciones altamente inmiscuidos en relevantes y confidenciales

situaciones que se maneja en Peope; el administrador como conocedor de absolutamente todo el giro del negocio, el cual ayudó a determinar la existencia de capacidad ociosa; el contador con manejos financieros y contables de la empresa, se pudo observar con su entrevista si la empresa puede acogerse a órdenes especiales; asistente contable encargado de todos los procesos de contabilidad, tanto como el registro hasta el control, y demás operaciones económicas de la empresa direccionó si el nuevo método es viable dentro de su sistema contable; asistente de costeo, encargado de costos de cada uno de los servicios o productos fabricados de Peope, confirmó si una nueva herramienta de costeo sea posible en Peope; Gerente Comercial, direcciona el peso de las ventas y distribución de productos, comentó que su equipo de ventas, pueda divulgar el producto sin dañar el mercado competente, dado que si se pueden acoger a ordenes especiales; encargado de la fabricación del producto, con conocimiento de todo lo que conlleva a elaborar un producto y a la vez direcciona a su equipo de trabajo con 13 personas a su cargo, relató que su personal si puede acogerse a órdenes especiales sin problema en tiempos de baja producción y finalmente el encargado del área de diseño gráfico con las gestiones de los acabados del diseño gráfico del producto, también con 6 personas a su cargo, mencionó la existencia de capacidad ociosa en tiempos de baja producción, para proyectar el plan de este proyecto de investigación.

ILUSTRACIÓN 6: MUESTRA



Fuente: Tecnifel S.A.

ILUSTRACIÓN 7: MUESTRA DEPARTAMENTAL

Departamento	Cargo	Cantidad
• Administración	• Administrador	• 1 Persona
• Contable	• Contador • Asistentes Contables	• 1 Persona • 2 Personas
• Comercial	• Gerente Comercial • Asistente elaboración Producto • Asistente Diseño del Producto	• 1 Persona • 1 Persona • 1 Persona
	• Total	• 7 Personas

Fuente: Tecnifel S.A.

3.3.- ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Instrumento de Investigación
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Presentación de Plan de Trabajo
Facultad de Administración
Carrera De Contabilidad y Auditoría

Entrevista dirigida: Al Administrador

Introducción: Actualmente dentro de los componentes económicos del país y de vital importancia en el sector publicitario, introducirse en entrevistas directas con el involucrado sobre acontecimientos, será de mucha destreza concebir el estudio de posibles inconvenientes, la cual facilitará una solución para las dificultades del caso.

Instructivo: Entre las técnicas que se ha escogido para esclarecer parte del proyecto de investigación, se llevará a cabo mediante entrevistas, ciertas preguntas que se contestarán para comprensión de situaciones dentro de Tecnifel S.A.

Objetivo: Lograr descifrar situaciones que se lleven a cabo dentro de la compañía a lo largo del período, generando altos niveles de conocimientos y producir rápidamente recomendaciones de los casos.

1) ¿Existe capacidad ociosa en su empresa?

Sin duda alguna que si existe.

2) ¿A qué se debe que tengan capacidad ociosa?

Bueno lo ideal y que aspira toda empresa para poder operar, es tener el total de sus inversiones entre estos: Instalaciones, maquinarias, mano de obra y tiempo para poder satisfacer las necesidades que nuestros clientes requieran en nosotros, pero lastimosamente en Peope existe capacidad ociosa debido a meses de baja producción en cierto tiempo claramente identificados, el total de tiempo productivo durante todo el año no concurre a lo que tratamos de movernos con producción menguante,

adicional a esto tenemos un espacio considerable que no es utilizado porque el arrendador no nos permite debido a que no está totalmente en buen estado, ni apto para su uso lo que nos inhabilita a nosotros poder hacer uso del total de la instalación de producción.

3) ¿Existen meses de baja producción?

Pues si como en toda organización existen meses muy buenos, buenos y bajos en producción.

4) ¿Tiene identificado cuáles son los meses de baja producción?

Sí, por lo general el primer trimestre de cada año, por cuestiones que los clientes de Peope en ese tiempo empiezan sus presupuestos, se planifican, y eso para nosotros es tiempo que origina capacidad de producción sin utilizar, entonces, no nos genera mucha producción, también el último mes del año Peope cierra su producción como por el 20 de diciembre los chicos se van de vacaciones, por el tema de cierres nuestros grandes clientes cancelan presupuestos.

5) ¿Cómo controla el peso que te da la empresa en los meses que identificas como baja producción?

Bueno, tenemos la ventaja que somos conocidos y competitivos dentro de las grandes organizaciones en el país, entonces tenemos ciertos presupuestos que nos llegan quizás no tan alto, pero son el sostén para aquellos meses, también nos ayudamos acudiendo a financiamiento con los bancos para poder soportar el peso por las múltiples responsabilidades a que nos vemos envueltos y a medida que pasa el tiempo la productividad comienza a crecer.

6) En nuestro país está un poco complicada la situación económica ¿Qué consecuencias le trae a su empresa esos meses de baja producción?

Bueno si, si bien es cierto puede dificultar seriamente la operación del negocio y en la actualidad lo estamos viviendo y trae como consecuencia recurrir a los bancos que muchas veces ya no están otorgando créditos como hace mucho tiempo atrás y tenemos que recurrir a más

herramientas como por ejemplo “pronto pago”, confirming, que son útiles pero finalmente nos baja la utilidad.

7) ¿Cómo afectan a sus costos la capacidad ociosa si no es utilizada al 100%?

La empresa no puede comercializar toda su producción capaz de producir, porque aún teniendo un buen número de recurso humano, la baja producción en ciertos meses afecta la productividad, por ende las ventas y la rentabilidad de lo que aspira la entidad, por lo que no se alcanza a cubrir los costos totales para lo cual estaría generando un gasto para la empresa.

8) ¿Estaría dispuesto a recibir órdenes especiales con precios rebajados que puedan cubrir capacidad ociosa?

Sí, todo lo que me genere rentabilidad a la empresa a bajos costos es bueno.

Aporte de la entrevista realizada y mi trabajo de investigación.

El Administrador de la empresa dejó en claro la existencia de capacidad ociosa en situaciones en que Peope sufre por meses de baja producción, con esto no llegan a cubrir sus costos totales por la falta de productividad, encadenando a las ventas y lógicamente la rentabilidad de la empresa, tienen como solución para estos tiempos, cubrirse con financiamiento de los bancos y demás, para soportar las responsabilidades a las que afronta la empresa en su diario vivir. También identificó los meses en la cual su producción es baja, que son el primer trimestre del año y los dos últimos meses del año y que estaría dispuesto a recibir órdenes especiales que no afecte a sus clientes constantes y que le permita innovar y aumentar su utilidad.

Instrumento de Investigación
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Presentación de Plan de Trabajo
Facultad de Administración
Carrera De Contabilidad y Auditoría

Entrevista dirigida: Al Contador

Introducción: Actualmente dentro de los componentes económicos del país y de vital importancia en el sector publicitario, introducirse en entrevistas directas con el involucrado sobre acontecimientos, será de mucha destreza concebir el estudio de posibles inconvenientes, la cual facilitará una solución para las dificultades del caso.

Instructivo: Entre las técnicas que se ha escogido para esclarecer parte del proyecto de investigación, se llevará a cabo mediante entrevistas, ciertas preguntas que se contestarán para comprensión de situaciones dentro de Tecnifel S.A.

Objetivo: Lograr descifrar situaciones que se lleven a cabo dentro de la compañía a lo largo del período, generando altos niveles de conocimientos y producir rápidamente recomendaciones de los casos.

1) ¿Cómo afecta el flujo cuando existe baja producción en Tecnifel?

Los flujos es un factor determinante dentro de la valuación financiera, sin embargo el golpe económico que vive el país no solo afecta la demanda del producto, sino que también hace más difícil la gestión de cobro de las cuentas por cobrar, afectando la capacidad de pago a los proveedores y así se hace una cadena que pone en aprietos financieros y es lo que se está viviendo actualmente.

2) ¿Considera que Tecnifel podría acogerse a órdenes especiales aprovechando la capacidad ociosa que existe?

Considero que sí, la empresa si tiene la capacidad de recibir este tipo de órdenes aprovechando capacidad ociosa en tiempos de baja producción y que me aumente la utilidad al final del ejercicio.

3) ¿Se evalúan constantemente los informes sobre los costos internos de cada producto?

Bueno, se realiza una evaluación mensual, la asistente de costeo me envía el archivo de todos los costos del mes y yo genero los debidos reportes para análisis financieros.

4) ¿Cómo se controlan los costos de cada producto desde su fabricación hasta la distribución?

Bueno se maneja en el sistema un centro de costo para cada departamento es decir: producción, administración, sistemas, Gth, logística, entonces de esa manera se pueden controlar los costos.

5) En cuanto al área de compras ¿Cómo se lleva la información sobre: precios, condiciones de pago, plazo de entrega?

Bueno en tema de cotizaciones el encargado de compras lo realiza por correo con su proveedores y compara precios, tenemos proveedores que nos otorgan hasta 60 días en materiales de uso fijo como por ejemplo vinilos y madera 30 días y algunos a 30 días, pero no son todos el resto a contado y la entrega como nuestra producción es muy apremiante en cuestión de tiempo muchas veces nuestros proveedores no hacen la entrega del producto inmediata ahí si tenemos que incurrir en gastos de movilización.

6) ¿En qué áreas o aspectos considera que se incurren más los gastos de la empresa?

Bueno considero que en lo que abarca la producción, se infla lo que es las horas extras, debido a que esto en si representa un costo pero hay veces cuando se tiene una producción que hay que cumplirla en un corto tiempo determinado y que es necesario que los chicos se amanezcan trabajando para cumplimiento y quizás no se requiere tantas horas para terminarlo pero no puedo corroborarlo si todas aquellas horas son trabajadas y que obviamente ya se hizo un presupuesto anteriormente al cliente es lo que me estaría representando un gasto, como también desperdicio de materiales cuando es culpa del criterio humano y hay que desecharlo quizás por falta de concentración.

En la parte administrativa cuando no se coordina con el proveedor en la entrega de productos se incurre en gastos de movilización que no está previamente presupuestada.

7) ¿Conoce acerca del método Costeo Objetivo?

Sí, he escuchado algo sobre ese método pero no lo he considerado como aplicación en la empresa.

8) ¿Le parecería una nueva herramienta para aplicar a la empresa en función de la capacidad ociosa?

Siempre es bueno invertir en una mejor alternativa para mejorar, si me parece una buena herramienta para aumentar mi utilidad, de hecho el sistema de costeo que usamos es el tradicional, y el costeo objetivo es determinar un precio de venta para el logro de la misma lo que ayudaría a la empresa en cuestión de cumplimiento de metas, de acuerdo a un análisis de mercado es la base para emprender el vuelo. Considero que la empresa si esta apta para tomar ese método.

Aporte de la entrevista realizada y mi trabajo de investigación.

Se tomó en cuenta que el contador está consciente que es un determinante el flujo de la compañía al momento de percibir capacidad ociosa en ciertos meses de Peope, se hace complicada las cobranzas y a la vez sus responsabilidades de pagos con sus proveedores. También se pudo observar que no mantiene días de crédito con todos sus proveedores sino con los principales de materia prima fija, pero que realmente es importante tener más proveedores que otorguen crédito porque siempre se requiere un accesorio adicional a los productos que fabrican, para lo cual se necesita contar con dinero al contado. En los gastos de la empresa adicionó horas extras infladas, porque no se abastecen en los tiempos de entrega y en desperdicios por falta de concentración. Se habló de un nuevo sistema de costeo, para lo cual expresó, que si estaría dispuesto a la aplicación del método de Costeo Objetivo aunque para el contador no es muy conocido el método, se pudo compartir de que se trata y recalco que invertir en una mejor alternativa

estaría muy dispuesta, como también su personal a cargo en el área administrativa y de producción para logro de metas, el personal de Peope estaría dispuesto a recibir “órdenes especiales” que no afecte su mercado actual.

Instrumento de Investigación
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Presentación de Plan de Trabajo
Facultad de Administración
Carrera De Contabilidad y Auditoría

Entrevista dirigida: Al Asistente Contable

Introducción: Actualmente dentro de los componentes económicos del país y de vital importancia en el sector publicitario, introducirse en entrevistas directas con el involucrado sobre acontecimientos, será de mucha destreza concebir el estudio de posibles inconvenientes, la cual facilitará una solución para las dificultades del caso.

Instructivo: Entre las técnicas que se ha escogido para esclarecer parte del proyecto de investigación, se llevará a cabo mediante entrevistas, ciertas preguntas que se contestarán para comprensión de situaciones dentro de Tecnifel S.A.

Objetivo: Lograr descifrar situaciones que se lleven a cabo dentro de la compañía a lo largo del período, generando altos niveles de conocimientos y producir rápidamente recomendaciones de los casos.

1) ¿Cuáles son los informes de control y valuación de los materiales requeridos en las operaciones diarias?

El área de compras tiene un formato de requisición de materiales que es otorgado por el asistente de costeo, donde se solicita los materiales requeridos de producción, luego de esto se genera la orden de producción para que siga el proceso. El control de materiales lo realiza directamente el coordinador de compras y en cuestiones de precios lo

valida el asistente de costeo con soportes sustentables como: facturas, liquidaciones de compras, etc.

2) ¿Cómo es la asignación de los costos fijos y variables?

Es por departamento cada área tiene su centro de costo y se determinan si son variables por el número de presupuesto, debido a que en el sistema se asigna los números de presupuesto para cada proyecto.

3) ¿Qué aplicación se les da a los costos indirectos de fabricación?

Los costos indirectos de fabricación van asociados a un presupuesto, es decir, se costea bajo un presupuesto interno con todos los materiales y mano de obra de los productos llegando finalmente a la rentabilidad del mismo. Se lo aplica de la misma manera de los demás costos.

4) ¿Cómo se contabilizan los costos de producción, administración, comercial y sistemas?

En el sistema se tiene 3 maneras de contabilizar que son de la siguiente manera:

CP: todas las compras designadas a presupuestos y demás costos asociados a la producción.

CA: Todas las compras designadas a gastos de administración, ventas y sistemas.

CL: Todas las compras designadas a gastos de logística, viáticos y distribución de productos.

5) ¿Qué gastos crees que se genere la mano de obra en la existencia de capacidad ociosa?

El tener un alto índice de personal apto para las actividades de producción que maneja Peope, es en si ya un costo fijo que no puede variar y teniendo capacidad ociosa y a la vez meses bajos representa un gasto significativo para la empresa.

6) ¿Cómo influyen los costos totales en épocas de baja producción?

Bueno los costos totales son derivados de los costos fijos y variables, en una industria se trata de que el costo sea lo más variable posible debido

a que en un futuro se los puede cubrir de acuerdo al volumen de producción, pero los costos fijos son intactos y resguardar en una producción baja trae riesgos. Dentro de la administración de un proyecto, es prioritario el cuidar cada detalle del presupuesto asignado. Esto influye en que cuando hay baja producción cubrir los costos fijos sobre todo se podría tener pérdidas significativas.

7) ¿La empresa tiene determinado sus costos fijos y sus costos variables?

Sí, por lo general determinamos los costos variables ligado a un número de presupuesto con un centro de costo. Los costos fijos que no tienen asignados presupuestos y con el centro de costo los puedo determinar.

8) ¿En que afecta la capacidad ociosa al momento de competir con la demanda que existe día a día y la competencia?

Afecta en que no podemos competir por volumen de producción y a tiempo de entrega, ya que con existencia de capacidad ociosa, nos vemos en la obligación de producir menos y a mayor tiempo. Muchas veces los clientes necesitan sus productos de una manera inmediata, pero competimos en calidad ya que nos eligen por la buena calidad que ofrecemos, eso es un gran punto a favor de nosotros.

Aporte de la entrevista realizada y mi trabajo de investigación.

El asistente contable comunicó, que el área de compras maneja un formato de requisición de materiales, el cual también maneja el control de que todos los materiales lleguen completos y a tiempo, la asignación de los costos es departamental y si es variable los identifican con un número de presupuesto. También se maneja código para cada una de las compras sean administrativas, producción y logística. Existen gastos de mano de obra en capacidad ociosa porque tienen personal altamente capacitados para todos los tiempos y en todo momento, lo cual si hay un espacio que no se puede apoderar, genera un gasto. Recalcó que es prioritario cubrir sus costos fijos y que al momento de haber producción baja le es difícil, pero la producción sigue y no para así sea con

producciones pequeñas. Indicó que afecta la capacidad ociosa en su producción respecto a la demanda de sus productos ya que tienen que producir más pero en mayor tiempo de lo requerido por el cliente.

Instrumento de Investigación
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Presentación de Plan de Trabajo
Facultad de Administración
Carrera De Contabilidad y Auditoría

Entrevista dirigida: Al Asistente de Costeo

Introducción: Actualmente dentro de los componentes económicos del país y de vital importancia en el sector publicitario, introducirse en entrevistas directas con el involucrado sobre acontecimientos, será de mucha destreza concebir el estudio de posibles inconvenientes, la cual facilitará una solución para las dificultades del caso.

Instructivo: Entre las técnicas que se ha escogido para esclarecer parte del proyecto de investigación, se llevará a cabo mediante entrevistas, ciertas preguntas que se contestarán para comprensión de situaciones dentro de Tecnifel S.A.

Objetivo: Lograr descifrar situaciones que se lleven a cabo dentro de la compañía a lo largo del período, generando altos niveles de conocimientos y producir rápidamente recomendaciones de los casos.

1) ¿Cuáles son las políticas de control interno que usa el área contable en el proceso de costeo?

En realidad no se maneja una política específica, tengo bien definido los parámetros a usar en el área más no un manual.

2) ¿Qué método de costeo está usando para determinar los costos?

Es el método tradicional, en el cual se asocian todos los costos materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación más viáticos y demás costos, como logística.

Posterior a esto se le suma todos los costos asociados al proyecto, se resta la comisión o descuento en un 10% y sacamos el subtotal, luego sumamos la rentabilidad que es del 40% y como resultado el valor total del producto.

3) ¿La aplicación del sistema de costeo tradicional ha permitido mejoras en el proceso productivo?

Considero que todo sistema de costeo permite obtener información para la toma de decisiones y contribuyen al logro de objetivos de rentabilidad y crecimiento, pero también pienso que el método tradicional es un poco desactualizado, porque quizás faltan más costos por asociar para que dé con exactitud un costo real. Quizás no se tiene bien en claro los costos fijos al momento de costear el producto sino más bien se utiliza bases generales.

4) ¿Cómo se comunica con el área de producción al momento de notificar una nueva orden?

Bueno una vez que tenga la aprobación de un presupuesto por el cliente, notifico al encargado de la elaboración del producto, luego me hace llegar un borrador de los productos que necesita para esa producción y hago una solicitud de materiales paso al departamento de compras una vez comprado todos los materiales se genera una orden de producción y empieza el proceso.

5) Dentro del proceso del cálculo de estimación de la utilidad ¿considera el precio actual del producto?

Por lo general se tiene estándares de los precios de los productos que se vienen haciendo a lo largo de la actividad, pero si hay ocasiones que el cliente añade un diseño más o un interés adicional el cual obviamente varia un poco el precio, pero por lo general si se considera el precio actual que tenemos.

6) Al momento de costear el producto ¿Utiliza todos los elementos del costo?

Considero que sí, materia prima, mano de obra y CIF. Se trata de llevar el control de los costos más usados en la producción.

7) ¿Ha determinado si la empresa tiene capacidad ociosa?

Sin duda alguna que si, por eso no nos es posible ocupar todo el espacio que obtiene la empresa y obviamente nos cuesta producir las grandes cantidades que Peope estaría dispuesto a producir.

8) ¿Estaría dispuesta a aplicar un nuevo sistema de costos para beneficio de la empresa en existencia de capacidad ociosa y meses de baja producción?

Sí, en asunto de aprender yo lo puedo hacer enseguida y no tengo ningún inconveniente en aportar para mejora de la entidad y beneficios personales, ya que me ayudaría a mí también en mi crecimiento profesional.

Aporte de la entrevista realizada y mi trabajo de investigación

El Asistente de costeo, no maneja una política interna para realizar su trabajo y tiene bien en claro los parámetros a momento de costear. Actualmente maneja el costeo tradicional pero indicó que está un poco desactualizado por lo que se puede observar, ya que no está segura si llega al costo real del producto, a su consideración faltan costos por asociar, se emite en este departamento las órdenes de producción para que empiecen el proceso productivo. Por lo general se toma mucho en cuenta los precios estándares que tienen para cada uno de sus productos. Determinó que si existe capacidad ociosa para lo que le cuesta producir grandes cantidades y también que está dispuesta a cambiar de método en beneficio de la empresa.

Instrumento de Investigación
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Presentación de Plan de Trabajo
Facultad de Administración
Carrera De Contabilidad y Auditoría

Entrevista dirigida: Al Gerente Comercial

Introducción: Actualmente dentro de los componentes económicos del país y de vital importancia en el sector publicitario, introducirse en entrevistas directas con el involucrado sobre acontecimientos, será de mucha destreza concebir el estudio de posibles inconvenientes, la cual facilitará una solución para las dificultades del caso.

Instructivo: Entre las técnicas que se ha escogido para esclarecer parte del proyecto de investigación, se llevará a cabo mediante entrevistas, ciertas preguntas que se contestarán para comprensión de situaciones dentro de Tecnifel S.A.

Objetivo: Lograr descifrar situaciones que se lleven a cabo dentro de la compañía a lo largo del período, generando altos niveles de conocimientos y producir rápidamente recomendaciones de los casos.

1) Todo vendedor tiene que enaltecer un poco su producto para lógicamente conseguir la venta ¿Cómo se logra en Tecnifel?

Para ser un buen vendedor debes conocer a tu comprador potencial, así que siempre me introduzco en las grandes empresas que sé que me darán una buena venta, enfoco mi discurso en lo que al cliente le interesa, la publicidad y la creatividad al momento de lanzar sus productos, Peope maneja redes sociales en el cual mostramos las variedades de los productos que se producen y obviamente les enseño a mis clientes el portafolio, hablo de calidad y rapidez de entrega aunque en eso me pongo en riesgo al momento de no saber si poder entregar a tiempo. Pero siempre hago el mayor esfuerzo posible para que el cliente quede satisfecho y contento del trabajo.

2) ¿Qué productos fabrica Tecnifel?

- Muebles de cabeceras
- Revestimiento de cabeceras
- Stand para ferias
- Stand para degustaciones
- Exhibidores especiales... Entre otros.

3) ¿Cuál es el proceso de producción de Tecnifel?

Primero se recibe la orden de producción, luego se ejecuta la obra en el área de madera es decir, cortes, masillados y armado, inmediatamente pasa al área de secado sea por un horno o al ambiente, a continuación al área de pintura, pronto al área de diseño en el cual se reviste con vinil o acrílico, es decir los accesorios del mueble. Y ahí queda finalizado el proceso. Parece corto pero en realidad es muy largo.

4) ¿Qué tipos de documentos respaldan su producción?

Bueno con el cliente, un correo de aceptación del presupuesto o una orden de compra, lógicamente emitida por ellos. Con mis encargados de producción, una orden de producción, el cual les emito cuando este todo listo para producir, y con mis chicos de logística o distribución de los productos, con una solicitud de viáticos firmado por ellos del dinero entregado para gastos del mismo.

5) ¿Existe la posibilidad de un mercado en la cual la empresa puede acogerse a órdenes especiales a precios rebajados?

Bueno, la verdad no he observado eso en el mercado pero es interesante la idea, pienso que Peope puede ser una de ellas.

6) ¿Las maquinarias que obtiene Tecnifel se pueden abastecerse en la producción para acogerse a órdenes especiales?

Sí, por supuesto que sí.

7) ¿Existe un correcto control de inventarios en la empresa?

En Peope no hay la política de mantener inventarios. Por lo general se compra materia prima que está ligada directamente a un presupuesto y así nos hemos manejado, en ocasiones si compramos más vinilos para

stock o tintas para la máquina de plotter también como stock pero demás materiales No.

8) ¿Cómo se maneja en tiempos de baja producción Ud. como gerente comercial y también encargada de la producción?

Se hace que se ejecute el programa 5S, lo que quiere decir, educar al trabajador que implica limpieza, orden y todas las cosas en su lugar.

Se da mantenimiento a las instalaciones y maquinarias.

Aporte de la entrevista realizada y mi trabajo de investigación

El Gerente comercial, empieza con su venta acercándose al mercado altamente potente, muestra su gama de productos y su herramienta principal el cual es la calidad, comercializan diferentes tipos de muebles publicitarios y su producción es extensa pero ordenada, empezando desde la adquisición de la venta, como es la aprobación de un presupuesto hasta la distribución del producto que es a nivel nacional. Nos recalcó que Peope sería uno de los Pioneros en acogerse a órdenes especiales con precios rebajados y que si cuentan con maquinarias para lograrlo. El método de costeo objetivo le gusto cuando se lo mencionó, porque es una persona que le gusta los desafíos y cumplirlos, tiene a su cargo a un personal capaz de seguir sus direcciones y obtención de resultados, inmiscuirse en este sistema llena de expectativas y como Gerente mencionó que estaría contenta en invertir en este proyecto, para lo cual empezaría con un buen análisis de mercado que es su responsabilidad, luego de esto la gerencia fijaría un precio de donde empieza el sistema para llegar a sus costos esperados, Adicional que en tiempos de baja producción se dedican al 5S que quiere decir, clasificación, organización, limpieza, mantenimiento, compromiso y disciplina.

Instrumento de Investigación
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Presentación de Plan de Trabajo
Facultad de Administración
Carrera De Contabilidad y Auditoría

Entrevista dirigida: Al Asistente o encargado de la elaboración del producto

Introducción: Actualmente dentro de los componentes económicos del país y de vital importancia en el sector publicitario, introducirse en entrevistas directas con el involucrado sobre acontecimientos, será de mucha destreza concebir el estudio de posibles inconvenientes, la cual facilitará una solución para las dificultades del caso.

Instructivo: Entre las técnicas que se ha escogido para esclarecer parte del proyecto de investigación, se llevará a cabo mediante entrevistas, ciertas preguntas que se contestarán para comprensión de situaciones dentro de Tecnifel S.A.

Objetivo: Lograr descifrar situaciones que se lleven a cabo dentro de la compañía a lo largo del período, generando altos niveles de conocimientos y producir rápidamente recomendaciones de los casos.

1) ¿Se rigen bajo un manual de procesos?

Solo me manejo bajo un modelo de orden ya sea dirigido por un arte o un plano mecánico.

2) ¿Tienen inconvenientes para cumplir sus metas?

Ninguna.

3) ¿Qué documentos respaldan su producción?

Orden de producción firmada por el jefe inmediato.

4) ¿Cómo llega a su equipo de trabajo para cumplir sus objetivos?

Se conversa con todo el equipo sobre el trabajo que se va a realizar y asigna tareas a cada uno de ellos. Cada uno tiene la responsabilidad de cumplirlas.

5) ¿Existe inventarios de repuestos para mantenimiento de maquinarias?

Si existe.

6) ¿Qué tratamiento se les da en el caso de existir desperdicios de materiales en el proceso de producción?

Se recicla el material para otra obra. Lo que no se puede reutilizar se desecha.

7) ¿Qué hacen en casos de capacidad ociosa?

Producimos lo que requiere el cliente pero nos lleva más tiempo en terminar porque no nos favorecemos a todo el espacio que tenemos.

8) ¿Considera que su personal a cargo se puedan acoger a órdenes especiales en tiempos de baja producción?

Si por supuesto que sí, tengo un equipo muy unido y todas las responsabilidades que yo les doy ellos lo cumplen, así que no habría problema en nuevas órdenes o nuevos trabajos.

Aporte de la entrevista realizada y mi trabajo de investigación.

En esta área se maneja bajo un modelo de orden sea por arte o por un plano mecánico, el documento que respalda su producción es la Orden de Producción firmada por su jefe inmediato para empezar lo que es su proceso que trata de madera, corte, masillados, pintura y demás.

El material desperdiciado lo reciclan y si no sirve lo desechan, en caso de capacidad ociosa producen lo que más pueden pero terminarlo les lleva un poco más de tiempo y adiciono que su equipo de trabajo está dispuesto a cumplir en lo que se requiera acogiéndose a ordenes especiales.

Instrumento de Investigación
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Presentación de Plan de Trabajo
Facultad de Administración
Carrera De Contabilidad y Auditoría

Entrevista dirigida: Al Asistente o encargado del Diseño del producto

Introducción: Actualmente dentro de los componentes económicos del país y de vital importancia en el sector publicitario, introducirse en entrevistas directas con el involucrado sobre acontecimientos, será de mucha destreza concebir el estudio de posibles inconvenientes, la cual facilitará una solución para las dificultades del caso.

Instructivo: Entre las técnicas que se ha escogido para esclarecer parte del proyecto de investigación, se llevará a cabo mediante entrevistas, ciertas preguntas que se contestarán para comprensión de situaciones dentro de Tecnifel S.A.

Objetivo: Lograr descifrar situaciones que se lleven a cabo dentro de la compañía a lo largo del período, generando altos niveles de conocimientos y producir rápidamente recomendaciones de los casos.

1) ¿Me podría describir el proceso productivo en el área de Diseño Gráfico?

Pues todo comienza en ventas, cuando el cliente aprueba el presupuesto y el trabajo arranca con una orden de producción, donde según el requerimiento del tipo de trabajo comienza la elaboración del mueble previamente teniendo materia prima.

Se puede poner como ejemplo un exhibidor el cual tiene dos áreas: la primera taller, donde se construye el mueble y la segunda IRP donde se brandea el mueble. En mi área una vez teniendo el diseño de lo que se va a imprimir, si el diseño no está listo se procede a realizarlo y adaptarlo a las medidas que se está construyendo el mueble, posteriormente se

procede con la impresión lo cual se analiza el tipo de material en el que se va a imprimir y de qué manera es más rápido el proceso. Inmediatamente pasa al área de laminado se hace los cortes necesarios ajustándose a la impresión para empezar a brandear el mueble, es decir, pegar las impresiones en el exhibidor. Finalmente todos los acabados para luego de esto embalar el mueble.

2) ¿Tienen inconveniente para logro de metas?

Pues depende de varios factores. Como factor humano y gestiones internas sin contar con imprevistos. Por lo general no he tenido ese tipo de inconvenientes en un margen alto, a lo mucho ha sido retraso menor a una media jornada.

3) ¿Cómo se maneja con su equipo para cumplimiento de metas?

La mejor forma de manejar eso es distribuyendo las tareas para terminar el proceso más rápido y fijando metas es decir, un número “x” de unidades producida por días, tratando de controlar los tiempos para optimizar entregas.

4) ¿Qué tratamiento se les da en el caso de existir desperdicios de materiales en el proceso de producción?

Si existen desperdicios. Actualmente esos desperdicios son controlados y contados. Con dicha información se analiza el porqué de los desperdicios y se hace una retroalimentación del proceso para encontrar el problema y buscar una solución en el caso de IRP. En los desperdicios se analiza si el problema es de falla de maquina o errores de criterio humano ya sea en diseño de impresión, corte o implementación. Luego de esto es examinado para comprobar si se puede reutilizar el desperdicio como materia prima y lo que no sirve se desecha.

5) ¿Existe un stock de sus productos a utilizar en su área?

Bueno se podría decir que en lo que yo utilizo, muchas veces si tengo un poco de stock, como por ejemplo: vinilos, PVC, tintas para plotter, pero en otras cosas que también se usan en el área de IRP no, porque la empresa no mantiene esa política entonces hay otros accesorios que no son utilizados de una manera constante, entonces no es necesario

mantenerlos en stock, solo es requerido en presupuestos previamente aprobados.

6) ¿Qué hacen en casos de capacidad ociosa?

Pues la producción sigue con altos y bajos seguimos trabajando, nos lleva un poco más de tiempo pero trato de ordenar a mi equipo para cumplimiento al tiempo más corto posible.

7) ¿Considera que su personal a cargo se puedan acoger a órdenes especiales en tiempos de baja producción?

Pues sí, la verdad que en lo personal me apasiona lo que hago y no tendría problema en ordenes o trabajos nuevos con el fin de apoyar a la empresa y considero que el equipo a mi cargo tampoco tienen problemas en esto.

8) ¿Cómo se maneja la calidad del producto ya que es muy importante para el cliente?

Bueno, personalmente hago pruebas de material, siempre llegan proveedores a vender su producto, en Peope hacemos pruebas de impresión más que nada y elijo el mejor, hasta la fecha no tengo quejas de clientes a menos que sea por incorrecta implementación pero en cuestión de calidad todo está bien. Peope es muy detallista con respecto a la calidad, tratamos de ser excelentes en ese peso.

Aporte de la entrevista realizada y mi trabajo de investigación.

El encargado del diseño gráfico, explicó un poco su proceso productivo y se ve ordenado en cuanto al trabajo pero se observó que existen muchos desperdicios de materiales, aunque los reutilizan, muchas veces los tienen que desechar, cada uno de sus subordinados tienen específicas sus tareas a cumplir y el cumplimiento de metas de ellos depende netamente del trabajador y en las ganas que ponga. Tienen un stock de materiales de materia prima concurrentemente utilizadas más no de todas. El tiempo de capacidad ociosa lo siguen trabajando aunque demore un poco más en su producción. Su finalidad es ser leal y ayudar

en lo que requiera la empresa así que si estaría dispuesto acogerse a órdenes especiales. En cuanto a la calidad del producto es muy temático, constantemente hacen pruebas de impresiones en vinilos que lleva el proveedor, no se ha tenido problema en ese aspecto.

CONCLUSIÓN DE LA ENTREVISTA

La técnica de las entrevista, fue realmente de gran ayuda y como aportación a este proyecto de investigación, debido a que se pudo corroborar lo establecido anticipadamente en el marco teórico y en la introducción. Notablemente se observa que existe capacidad ociosa en tiempos de baja producción es preocupante porque necesitan cubrir obligaciones que mantiene la entidad, con esta técnica se pudo verificar que están dispuesto a acogerse a órdenes especiales para mejorar su utilidad y deseos personales como profesionales por lo menos de cada uno de los entrevistados. Tienen iniciativa y ganas de innovar.

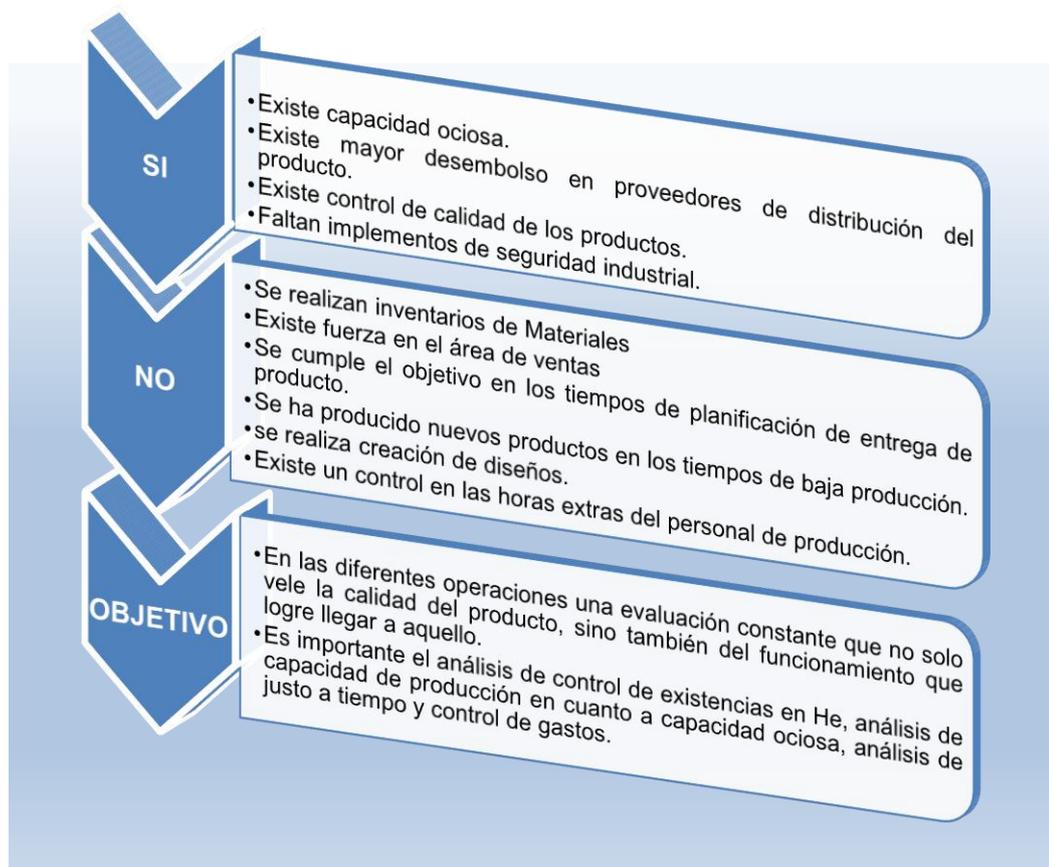
Cada uno de los involucrados en esta técnica de campo supo aportar con su granito de arena en cada una de las preguntas previamente establecidas y muy dadas en darle un giro a la empresa donde colaboran, si bien es cierto acogerse a órdenes especiales a precios rebajados suena a pérdida, pero más sin embargo se puede demostrar que la utilidad al final del ejercicio va a ser notable, debido a que tener alternativa es preferible ante una situación de solo “mantenimiento 5s” en tiempos de baja productividad.

Instrumento de Investigación
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Presentación de Plan de Trabajo
Facultad de Administración
Carrera De Contabilidad y Auditoría
GUÍA DE OBSERVACIÓN

Situación a Observar: Recursos de Peope

Objetivos: Identificar los recursos que maneja la empresa, para hacer uso de optimización de recursos financieros en cuanto a capacidad ociosa y meses de baja producción con la finalidad de aumentar la rentabilidad.

ILUSTRACIÓN 8: GUÍA DE OBSERVACIÓN



Fuente: Tecnifel S.A.

CONCLUSIÓN DE LA GUÍA DE OBSERVACIÓN

Además de todo lo expuesto, se medita en la existencia de la capacidad ociosa en el área de producción, el cual produce ciertos malestares en cuestión de volumen de producción al no fabricar lo que se está dispuesto a bosquejar, es importante también recalcar que existen muchos desperdicios de materiales y a su vez horas extras altas en el personal de producción, muchas veces no cumpliendo con el objetivo en tiempos de entrega, con el método de costeo objetivo se podría minimizar la fuga de horas extras excesivas, por lo que cada persona debe minimizar los recursos para un objetivo determinado previamente fijados por la gerencia ni más, ni menos.

Otra de las situaciones es que al momento de requisición de materiales, se deja por alto materiales que en el momento de la producción añaden más de lo presupuestado, lo que genera más costos no previstos, es decir, no hay un control fiable en el área productiva.

También se pudo observar, que no existe inventario de materiales para lo que al momento de aprobar un presupuesto y hacer la gestión de requisición de materiales demore en llegar, y en muchas ocasiones faltan materiales porque no lo tiene un solo proveedor todo lo solicitado, se tiene que recurrir a más proveedores, lo que demanda tiempo y dinero.

No se han producido nuevos productos o marcas en tiempos de baja producción, lo que sería factible en esta implementación del costeo objetivo dar uso a nuevas creaciones de productos.

La calidad es muy importante en lo que abarca el trabajo tiene a su favor que son meticulosos en cuestión de entregar un producto de alta calidad y perfectas condiciones 100% garantizados.

Muchas veces la guía de observación pasa por alto pero en este proyecto investigativo ayudo mucho a desempañar varias situaciones que involucran cada uno de los departamentos y como aporte de mejoras en futuras recomendaciones.

Instrumento de Investigación
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Presentación de Plan de Trabajo
Facultad de Administración
Carrera De Contabilidad y Auditoría
GUÍA DOCUMENTAL

Situación a Observar: Documentos existentes y no existentes

Objetivos: Identificar que documentos mantiene la empresa y si llegase a faltar alguno de relevancia, poder recomendar con el fin de mejorar su contabilidad de gestión.

ILUSTRACIÓN 9: GUÍA DOCUMENTAL



Producción

- Orden de Producción
- Control de Montaje
- Acta de entrega de implementos para implementaciones.
- Reporte de Toma de Medidas



Administrativo y Contable

- Presupuesto Interno
- Solicitud de Materiales
- Reporte de caja Chica custodiada por el Contador
- Acta de Entrega de Uniformes o cualquier entrega otorgada por la empresa.
- Acta de Prestamo a empleado



Comercial y Ventas

- Reporte de Viáticos
- Órdenes de compra del cliente
- Presupuestos como soporte de Facturación
- Nota de Entrega o Guía de Remisión.

Fuente: Tecnifel S.A

CONCLUSIÓN DE LA GUÍA DOCUMENTAL

Respecto a lo que se pudo observar, ciertamente los documentos que maneja la empresa están en su correcto uso, más sin embargo, se considera que se pueden adicionar más formatos o ítems en formatos existentes, como por ejemplo:

Área de Producción:

- Hoja de Ruta que notifique las actividades del encargado de distribución e implementación del producto. (Según Anexo 10)

Área de Administración y contable:

- Reporte de Pagos para requerimiento de firmas como control de cheques. (Según Anexo 11)
- Adicionar en el reporte de caja chica un ítem donde detalle el proveedor para control de futuros créditos. (Según Anexo 12)

Área Comercial y Ventas

- Reporte de Control o Análisis de Mercado. (Según Anexo 13)
- Reporte de Control de calidad firmada por el cliente. (Según Anexo 14)

La relevancia que existe en los documentos que asistan las actividades de cada uno de los departamentos, es trascendental porque va ligado con el compromiso y la responsabilidad de cada uno de los colaboradores de la entidad. Cumpliendo a cabalidad los estatutos de control o exigencias que sus jefes inmediatos exijan, como también cada uno de los gerentes hacer que estos se cumplan para no tener molestias, inconvenientes o disgusto de ninguna índole con respecto a documentación y trabajo.

3.4.- ANÁLISIS GENERAL DE LOS RESULTADOS DE LAS TÉCNICAS UTILIZADAS

Si bien es cierto, fue gratificante utilizar cada una de las técnicas que se manejó en este proyecto investigativo, aparte de un trabajo de campo, se vivió la existencia, la convivencia y las ganas de superación que tienen los miembros de la compañía, fueron muy predispuesto en aportar en las preguntas y en las observaciones que hubo, cumplen su jornada laboral y en momentos bajos, limpian y mantienen su terreno pero tratan de ocupar el tiempo en contribución a la empresa. Están dispuestos a acogerse a órdenes especiales y a participar en logros de metas departamentales para llegar a un costo deseado con el sistema de costeo objetivo, se va a requerir de mucho trabajo en equipo, el conjunto tiene la iniciativa en trabajar.

Para los directivos de la organización el método “costeo objetivo” es realmente nuevo, se interactuó con ellos, se pudo explicar de este sistema y fue de mucho agrado en cada uno de los entrevistados y también dispuestos a aportar para beneficio de ellos mismos. El administrador de la empresa se expuso generoso para con el entrevistador y para con sus subordinados al momento de hablar de su equipo de trabajo, mantuvo que Peope es un grupo muy unido y fuerte a la hora de competir, adicional argumento que son 24/7 no tienen problemas en cuanto al tiempo en las 24 horas del día los 7 días de la semana se apoyan entre gerentes y empleados y van a las exposiciones de sus productos en la línea de mercados y comisariatos a nivel nacional, en cuestiones de viajes a otras provincias para las instalaciones también el administrador suele ir a revisar y a conversar con los clientes en cuanto a satisfacción de necesidades y de lo que el cliente espera, es por esto que para él, la idea de innovar o crear un nuevo método en tiempo de baja producción no le es molesto o desconcertado, más bien le agradó

porque puede medir el cumplimiento en cuanto logro de metas en cada uno de sus empleados.

La técnica de la entrevista tuvo una gran satisfacción en ambas partes, cada uno de los elementos que ayudó en la ramificación de este proyecto investigativo, se sintió a gusto porque se los tomo en cuenta para lograr un cambio dentro de dicha entidad en beneficios personales y profesionales. El costeo objetivo para los directivos es innovador como lo pudieron definir, pero más sin embargo, se mantuvieron predispuesto al momento de invertir en algo renovador, acogerse a órdenes especiales no es fuera de lo normal, es la creación del nombre o marca de un “producto nuevo” a precios rebajados o a lo que normalmente la empresa está destinada a cobrar que servirá de ayuda en esos huecos que sufre la empresa en ciertos meses, sin afectar el mercado competente como tampoco el suyo, los empleados de la planta están dispuestos a diseñar, crear e innovar nuevo producto o servicio con la finalidad a los logros de objetivos requeridos por la gerencia, aunque el mantenimiento 5S que pudieron destacar en aquellos tiempos es su trabajo, no lo descartan porque se lo aplica en cualquier tiempo ocio del mes y para el entrevistador por que la interacción que se sostuvo con miembros de la compañía fue parte de la formación profesional dentro de un marco ligeramente de auditor, una experiencia realmente apasionante y crecimiento para futuros casos parecidos.

La técnica de la observación da pie a que se observara varias situaciones que mantiene la entidad. Peope es una empresa de una gran infraestructura con una gama de productos fabricados, pero más sin embargo, quizás falta un poco de control en cada área de la entidad como cualquiera, una más que otras. Se observó ciertas situaciones que pondría a reflexionar a los gerentes de la organización, que se puede recomendar para mejora de la misma. El costeo objetivo se encarga de optimizar recursos financieros y la finalidad es que el emprendimiento de este sistema, abarca cada una de las condiciones detectadas de la mano con el recurso humano dispuesto aportar para el logro de la misma.

El objetivo principal de cada una de las observaciones, fue corroborar la capacidad ociosa que existe en la empresa, adicional, garantizar que cada uno de los departamentos, si pueden armar un equipo llegando a lograr los costos esperados o fijados anticipadamente.

Por último se obtuvo una guía documental, de cierta manera útil por lo que se observó, los documentos que respaldan cada una de las obligaciones que tiene el empleado para con la empresa, de la misma manera se recomendó ciertos instrumentos o documentos que se lo tomó como valedero para futuras pruebas de control.

Un documento es tan significativo por las razones que toda entidad debe conservar o guardar toda información que respalde la actividad.

Con el tratamiento que se le dé a la documentación, se logrará que sus cometidos inmediatos, testimonios, demostración, quede evidenciado como fuente de información para la actualidad y su historia. Lo substancial es que no existan malos entendidos o malversación de informaciones que perjudique la comunicación entre colaboradores con sus jefes inmediatos.

Queda claro que todo tipo de documentación, es una de las bases importantes y que por tal motivo fue tomado en cuenta como una de las técnicas en cuanto a este proyecto investigativo, llegar a metas u objetivos deseados quedará evidenciado en todo tipo de informes o documentos que la empresa maneje y que respalde la significatividad del método de costeo objetivo, como también para su sistema de costeo tradicional en la cual se está trabajando.

CAPÍTULO IV

4.1.- INFORME TÉCNICO

4.1.1.- ANÁLISIS DE COSTO BENEFICIO

Se dirigirá a un producto fijo requerido en el 60% del año y se enfocará en el método tradicional y en el método costeo objetivo para notar la diferencia aplicando ambos métodos.

TABLA 9: COSTOS DE PRODUCCIÓN

Muebles de Exhibición o Percha				
	Materia Prima	Mano de Obra	CIF	Totales
Costos de Producción	\$ 1.400,00	\$ 900,00	\$1.150,00	\$ 3.450,00

Estos datos proporcionados a nivel general por la empresa y analizándolos en este proyecto de investigación, son del mes de Abril, cuando Peope entra en su alza debido a la demanda en que empieza a crecer a partir de aquel mes y la cual se va a compararlo en una orden especial, que Peope adquiriera en meses bajos como se anticipó en el marco teórico que son: Enero, Febrero y Marzo.

Método Tradicional

Ilustración mes de Abril

Materia Prima		\$ 1.400,00
Mano de Obra		\$ 900,00
Costo Indirecto variables		\$ 690,00
Costo Indirecto Fijos		\$ 460,00
Costo total de Producción		\$ 3.450,00
Costos Operativos		
Variables	\$ 750,00	
Fijos	\$ 600,00	
Costos Totales Operativos		\$ 1.350,00
Costos Totales		\$ 4.800,00
Utilidad (40%)		\$ 1.920,00
Precio de Venta		\$ 6.720,00

Una vez planteado el método tradicional, plasmando un producto constantemente fabricado con sus costos expuestos, aumentando la rentabilidad y llegando al precio de venta del producto.

En el costeo objetivo es relevante recalcar que sus costos y gastos fijos no serán considerados, porque estos no cambian de manera global aunque la producción varíe sus volúmenes. Los gastos variables se debe a la fuerza de ventas que mantiene la empresa, por ejemplo gastos de movilización, reuniones con clientes y otros, en el costeo objetivo no lo vamos a considerar porque no se va a necesitar costos significativos en ventas, debido a órdenes especiales a precios rebajados.

Se trata de un producto llamado “Muebles especiales de Percha”, si bien es cierto Peope se maneja a nivel nacional en Ecuador, se pretende llegar a una ciudad como por ejemplo Ambato la cual mediante un estudio meticuloso, se observó que Peope no tiene mucha cercanía en esa ciudad y que se pueda incluir un producto a precio rebajado en las líneas de comisariatos y mercados en meses de baja producción, que ocasionan capacidad ociosa. No se hallaría inconveniente llegar a sus costos netamente expuestos y obviamente lograr utilidad aun rebajando el precio.

Este producto mediante un análisis, se llegará a vender por unidad **\$4,000.00**, mucho más bajo que el precio anterior que se logra ver por \$6,720.00.

Método Costeo Objetivo

Ilustración mes de Enero

Materia Prima	\$ 1.400,00
Mano de Obra	\$ 900,00
Costo Indirecto variables	\$ 690,00
Costo total de Producción	<u>\$ 2.990,00</u>
Rentabilidad (33,7794%)	<u>\$ 1.010,00</u>
Precio Fijado por la Gerencia	<u><u>\$ 4.000,00</u></u>

Se presentó un producto en su constante auge en tiempos buenos, en este caso la planta de producción, no tiene inconveniente en llegar a estos costos, sin más, ni menos, no habría inconveniente en exportarlo al mercado en precios rebajados aprovechando capacidad ociosa. Se pudo observar que aún se ganaría un 33.7794% , obviamente no se estimó los costos indirectos fijos, como también los costos operativos. Estos costos básicamente se basa en fuerzas de ventas y demás costos que no se toman en consideración en el método costeo objetivo, debido a que es un costo fijo que la empresa cubre exista o no producción. Como también, se sigue dando a conocer Peope a nivel nacional en ciudades que no es muy memorable su Logo. A nivel General se observará lo siguiente:

Análisis de los cambios de volumen sobre la utilidad

Volumen en unidades	8	9	10
Ventas a \$4,000.00	\$ 32.000,00	\$ 36.000,00	\$ 40.000,00
Costo Variable Unitario \$2990,00	<u>\$ (23.920,00)</u>	<u>\$ (26.910,00)</u>	<u>\$ (29.900,00)</u>
 Margen de Contribucion Unitario (\$4,000.00-\$2,990.00)=\$1010.00	 \$ 8.080,00	 \$ 9.090,00	 \$ 10.100,00
- Costos Fijos Totales (\$460+600)	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad de Operación	<u>\$ 8.080,00</u>	<u>\$ 9.090,00</u>	<u>\$ 10.100,00</u>

Presentando el análisis de cambios en el volumen sobre la utilidad, no se enfocará en los Costos fijos totales porque no son considerados en el análisis de este método, los costos variables tampoco serán tomados en cuenta debido a la fuerzas de venta que estos costos representan, son costos asumidos 100% por la gerencia, por lo tanto acogándose a órdenes especiales no se hace mayor esfuerzo en venta para el método Costeo Objetivo.

ENFOQUE DEL PRIMER SEMESTRE CON EL MÉTODO TRADICIONAL

VALORES UNITARIOS	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		TOTAL	
		3		2		1		11		11		11		
Producción en cantidades														
Ventas	\$	6.720,00	\$	20.160,00	\$	13.440,00	\$	6.720,00	\$	73.920,00	\$	73.920,00	\$	262.080,00
Materia Prima	\$	1.400,00	\$	4.200,00	\$	2.800,00	\$	1.400,00	\$	15.400,00	\$	15.400,00	\$	54.600,00
Mano de Obra	\$	900,00	\$	2.700,00	\$	1.800,00	\$	900,00	\$	9.900,00	\$	9.900,00	\$	35.100,00
Costos Indirectos Variables	\$	690,00	\$	2.070,00	\$	1.380,00	\$	690,00	\$	7.590,00	\$	7.590,00	\$	26.910,00
Costos Indirectos Fijos	\$	460,00	\$	460,00	\$	460,00	\$	460,00	\$	460,00	\$	460,00	\$	2.760,00
Costos Operativos Variables	\$	750,00	\$	2.250,00	\$	1.500,00	\$	750,00	\$	8.250,00	\$	8.250,00	\$	29.250,00
Costos Operativos Fijos	\$	600,00	\$	600,00	\$	600,00	\$	600,00	\$	600,00	\$	600,00	\$	3.600,00
Utilidad														
	\$		\$	7.880,00	\$	4.900,00	\$	1.920,00	\$	31.720,00	\$	31.720,00	\$	109.860,00

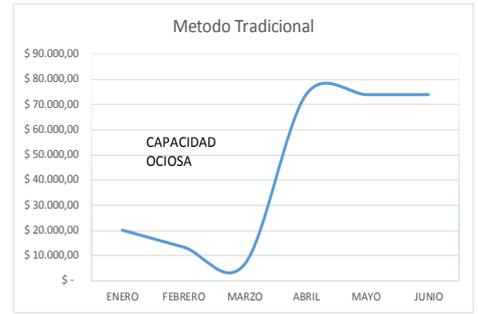
o

ENFOQUE DEL PRIMER SEMESTRE CON ÓRDENES ESPECIALES

VALORES UNITARIOS	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		TOTAL	
		3		2		1		11		11		11		
Producción en cantidades														
Ventas Normales	\$	6.720,00	\$	20.160,00	\$	13.440,00	\$	6.720,00	\$	73.920,00	\$	73.920,00	\$	262.080,00
Producción en cantidades														
Ventas con órdenes especiales	\$	4.000,00	\$	32.000,03	\$	36.000,04	\$	40.000,04	\$	-	\$	-	\$	108.000,11
Materia Prima	\$	1.400,00	\$	15.400,00	\$	15.400,00	\$	15.400,00	\$	15.400,00	\$	15.400,00	\$	92.400,00
Mano de Obra	\$	900,00	\$	9.900,00	\$	9.900,00	\$	9.900,00	\$	9.900,00	\$	9.900,00	\$	59.400,00
Costos Indirectos Variables	\$	690,00	\$	7.590,00	\$	7.590,00	\$	7.590,00	\$	7.590,00	\$	7.590,00	\$	45.540,00
Costos Indirectos Fijos(Unidades Normales)	\$	460,00	\$	460,00	\$	460,00	\$	460,00	\$	460,00	\$	460,00	\$	2.760,00
Costos Operativos Variables(Unidades Normales)	\$	750,00	\$	2.250,00	\$	1.500,00	\$	750,00	\$	8.250,00	\$	8.250,00	\$	29.250,00
Costos Operativos Fijos(Unidades Normales)	\$	600,00	\$	600,00	\$	600,00	\$	600,00	\$	600,00	\$	600,00	\$	3.600,00
Utilidad														
	\$		\$	15.960,03	\$	13.990,04	\$	12.020,04	\$	31.720,00	\$	31.720,00	\$	137.130,11

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
CRECIMIENTO EN VENTAS	\$ 32.000,03	\$ 36.000,04	\$ 40.000,04	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 108.000,11
CRECIMIENTO EN UTILIDADES	\$ 8.080,03	\$ 9.090,04	\$ 10.100,04	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 27.270,11
% CRECIMIENTO	102,54%	185,51%	526,04%	0,00%	0,00%	0,00%	24,82%

MESES	VALORES EN VENTAS M.TRADICIONAL
ENERO	\$ 20.160,00
FEBRERO	\$ 13.440,00
MARZO	\$ 6.720,00
ABRIL	\$ 73.920,00
MAYO	\$ 73.920,00
JUNIO	\$ 73.920,00



MESES	VALORES EN VENTAS CON ORDENES ESPECIALES
ENERO	\$ 52.160,03
FEBRERO	\$ 49.440,04
MARZO	\$ 46.720,04
ABRIL	\$ 73.920,00
MAYO	\$ 73.920,00
JUNIO	\$ 73.920,00



MESES	PRODUCCION EN UNIDADES M. TRADICIONAL
ENERO	3,00
FEBRERO	2,00
MARZO	1,00
ABRIL	11,00
MAYO	11,00
JUNIO	11,00



MESES	PRODUCCION EN UNIDADES CON ORDENES ESPECIALES
ENERO	11,00
FEBRERO	11,00
MARZO	11,00
ABRIL	11,00
MAYO	11,00
JUNIO	11,00



ANÁLISIS DEL COSTO BENEFICIO

Se observa, aplicando el costeo Objetivo, se puede lograr rentabilidad sin dañar el mercado competente y expandiéndose a nivel nacional como parte de la visión de Peope, es importante conseguir una salida dentro de cada situación presentando problemas. En la actualidad acogerse a órdenes especiales, sería de un grado de satisfacción para el directorio de la empresa, porque cabe recalcar que para lograr sus costos deseados cada uno de los integrantes cumple una meta en lo que se ha propuesto. No será difícil ni mucho menos complicado sobre todo para el área planta o producción, debido a que son productos fabricados constantemente llegando al mercado con otra “marca” o “nombre”. Se expuso ejemplos en los que la materia prima, mano de obra y cif, son los mismos utilizados aún en altas producciones, debido a que los proveedores mantienen sus precios, así como también los empleados y demás, cabe recalcar que aún si se puede lograr bajar los costos de producción, es decir, todo depende del personal evitando desperdicios, errores y demás, que ocasionalmente con las técnicas utilizadas se observó ciertas circunstancias, como también evitando amanecidas(madrugadas) subiendo las horas extras innecesarias para la fabricación del producto.

Primero se aplicó el método Tradicional, el cual, en el primer semestre recalando que durante los meses de Abril, Mayo y Junio son constantes con 11 unidades mensuales capaz de fabricar, y que durante los meses de Enero fabricando 3 unidades, Febrero 2 y Marzo 1, arroja un total de \$262,080.00 en ventas y se obtiene una utilidad por \$109,860.00, administrando todo los derivados del costo, luego se expuso el método que se necesita explicar para que notablemente se observe sus resultados y es que aumentar la rentabilidad optimizando recursos es parte puntal en el método expuesto.

Se pudo observar que en el sistema de costeo Objetivo hubo un aumento en la rentabilidad total del semestre por **24.82%** acogiéndose a órdenes especiales. Si se aumentan las ventas con las órdenes especiales en los

meses de Enero, Febrero y Marzo, para llegar al nivel normal que tiene Peope a partir de Abril, se tendría un aumento utilitario en el primer mes de 102.54%, en el segundo mes 185.51% y en el tercer mes 526.04%, graficados anteriormente.

Se puede lograr un nivel de crecimiento en el primer semestre de las ventas revelado por \$108,000.11, un nivel de crecimiento en la utilidad por \$27,270.11 llegando al porcentaje de crecimiento del **24.82%**

Si se plantea el “Costeo Objetivo”, como una salida de escape se puede acceder a esta herramienta de buena aplicación para aumento de utilidad del ejercicio optimizando recursos financieros.

observando los gráficos estadísticos del primer expuesto sobre las ventas, con capacidad ociosa se puede notar gran parte del volumen desocupado que más sin embargo, el interés en este proyecto investigativo es de coparlo, en el segundo gráfico, se trata de apreciar las ventas acogiendo a ordenes especiales, en el cual se ve un ligero espacio que parece capacidad ociosa pero no lo es, porque el sistema trata de órdenes especiales a precios rebajados, es decir, el precio no es igual pero la rentabilidad, si es mayor como se demostró. Con el tercer gráfico observado palmariamente en unidades la variabilidad de capacidad ociosa no va a cambiar, porque se sigue teniendo ese volumen desocupado, pero más sin embargo en el cuarto gráfico en unidades si se va a mantener constante porque se va a mantener el número de unidades que Peope es capaz a producir. Como parte de la contabilidad de gestión, la reducción de costos totales y muchos otros factores de cambio la aparición del denominado “costeo objetivo” hace que el trabajo sea a la inversa del método tradicional, es decir, partiendo del precio de venta se disminuye el margen de utilidad y se llega al costo objetivo. Es de suma importancia este proyecto investigativo porque más que una puerta de salida a una solución de problemas, es innovador tomar ciertos rumbos y arriesgarse a mejorar día a día ante la situación actual.

CONCLUSIONES

1. Ver al “Costeo Objetivo” como una herramienta de sistema de gestión la cual permite a la gerencia reducir sus costos totales, orientado hacia un futuro que centra la atención en productos nuevos, como también nuevos clientes, nuevos mercados, aun aplicado en los clientes existentes.
2. El presente proyecto de investigación, va enfocado a la oportunidad de introducirse acogéndose a órdenes especiales que dieron un muy buen resultado. Si se tiene meses de baja producción a esto sumándose la capacidad ociosa y con un claro ejemplo teniendo un mueble o un exhibidor que se pueda fabricar a un precio rebajado sin dañar el mercado competente y que aumente la utilidad.
3. El costeo objetivo crea una presión continua para controlar los costos, estos insiste mucho en el manejo gerencial y estratégico de los niveles de costos orienta a los colaboradores dentro de la organización que a lo largo de la cadena de valor deben trabajar en conjunto para cumplimiento de objetivos y metas.
4. La determinación del costeo objetivo es vital al conocimiento, creatividad e innovación tanto al trabajo en equipo, como la experiencia y análisis de actividades. “Trabajar en lo que se agrada no es trabajo”, así que manejar el ritmo y ese mismo optimismo durante el año en curso obteniendo trabajos como “órdenes especiales”, no será diferente, sino más bien voluntad de creatividad y entrega para beneficios de la entidad en general.
5. Actualmente la empresa usa un método de costeo tradicional sin desmerecer dicho método, innovar en una nueva herramienta para circunstancias que atraviesa Peope es de gran aporte a la entidad como tal y a la sociedad a que se desarrolle en una mentalidad de cambio y progreso, tomando en consideración la situación que atraviesa el país, experimentar en nuevos escenarios, mercados, marcas y productos ayudara al desarrollo y crecimiento que toda gerencia espera.

RECOMENDACIONES

1. Es aconsejable que la empresa desarrolle un control el rendimiento del personal sobre todo de planta con respuestas rápidas en menor tiempo, un buen método sería el llamado “Justo a Tiempo” una filosofía industrial eliminando todo lo que implique como desperdicios dentro del proceso de producción desde el área de compras hasta el área de distribución.
2. Una retroalimentación, capacitaciones al personal que desarrolla las áreas administrativas, contables y comercial sería parte de un buen control y optimización de recursos financieros debido a que se notó que en Peope no tienen preparaciones de terceros.
3. Es recomendable indicar a la empresa que el personal de **Planta** debería tener todo su uniforme completo con todos los accesorios industriales que se requiera para cada área adecuada, con esto se evitaría futuros accidentes laborales y daños perjudiciales a la salud de su personal. Esto es parte de la optimización de recursos.
4. Parte de la técnica 5S que se encarga del mantenimiento del área de trabajo, es conveniente almacenar parte de los materiales no utilizados para futuros presupuestos incluso para ordenes especiales, porque se observó que cuando requerían materiales, luego se pedía más de los presupuestado, entonces la importancia de pequeños inventarios evitando desperdicios es primordial.
5. Recomendaría al área comercial hacer uso de una estadística constante que le permita identificar sus clientes más rentables como también los de menos demanda que les permita ser más eficiente y eficaz en sus recursos a la hora de dar un excelente servicio al cliente que sea en ellos la primera opción en sus consumidores y para vender nuevos productos dentro de sus órdenes especiales.

BIBLIOGRAFÍA

- CANTOR MARROQUIN, BRENDA LUZ CRISTINA, ORELLANA CORPEÑO, LAURA CAROLINA Y MARROQUIN AYALA JOSE RICARDO. EL SALVADOR. (2013). *ANÁLISIS DE LOS COSTOS Y SU EFECTO EN EL CÁLCULO DEL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN Y LA TOMA DE DECISIONES EN EMPRESA DE PUBLICIDAD CON SERVICIOS DE IMPRESIÓN DIGITAL*. Obtenido de TESIS LICENCIATURA : <http://ri.ues.edu.sv/3771/>
- CAPASSO, C. M. (2010). *Contabilidad Básica*. Guayaquil: H.Campos.
- CHAVEZ GUILLERMO, CASTILLO JHON, CAICEDO NELSON, SOLARTE WILLIAM . (29 de JUNIO de 2004). *UNIVERSIDAD ICESI CALI-COLOMBIA*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0123-59232004000300003&script=sci_arttext&tlng=pt
- CUMANA, L. R. (23 de ABRIL de 2012). *LA ESTRUCTURA FINANCIERA EN EL PLAN ESTRATÉGICO DE LAS ORGANIZACIONES* . Obtenido de UNIVERSIDAD DE ORIENTE NÚCLEO DE SUCRE : http://ri.bib.udo.edu.ve/bitstream/123456789/3308/1/TESIS_LR.pdf
- EDUARDO, C. M.-C. (8 de JULIO de 2009). *ANÁLISIS Y DESARROLLO DE UN MODELO DE NEGOCIO CON APLICACIÓN DE INGENIERÍA INDUSTRIAL PARA HACER RENTABLE Y OPERATIVA LA EMPRESA UCLASIFICADOS CIA. LTDA*. Obtenido de <http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/Tesis225.pdf>
- ESTEFANO, V. D. (2008). *TENDENCIAS DE CONTABILIDAD DIRECTIVA PARA EL SIGLO XXI*. ARGENTINA: CRUZANDO FRONTERAS.
- G, K. P. (2007). *ECONOMÍA DE EMPRESA*. MEXICO: PEARSON EDUCACIÓN.
- JORGE, O. D. (2008). *CONCEPTOS GENERALES DE PRODUCTIVIDAD, SISTEMAS, NORMALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD*. MEXICO: UNIVERSISDA IBEROAMERICANA.
- LUIS, B. G. (2008). *CLAVES PARA GESTIONAR UN PRECIO, PRODUCTO Y MARCA*. MADRID: E3SPECIAL DIRECTIVOS.
- MICHAEL, P. (2006). *MICROECONOMÍA*. MEXICO: PEARSON EDUCACION.
- MICHAEL, P. (2006). *MICROECONOMÍA*. MEXICO: PEARSON EDUCACIÓN.
- MORON, Y. S. (2000). *COMUNICACIÓN PRESENTADA I ENCUENTRO IBEROAMERICANO DE CONTABILIDAD DE GESTIÓN (VALENCIA-NOVIEMBRE 2000)*. Obtenido de UNIVERSIDAD YACAMBU: <http://www.observatorio-iberoamericano.org/paises/Spain/Art%C3%ADculos%20diversos%20sobre%20contabilidad%20de%20Gesti%C3%B3n/I%20Encuentro%20Iberoamericano%20Cnt.%20Gesti%C3%B3n/Target%20Costing/SanchezyMoron.pdf>
- Paul, K. (2007). *ECONOMÍA DE EMPRESA*. MEXICO: PEARSON EDUCACION.
- T., H. C. (2007). *CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA*. MEXICO: PEARSON EDUCACION.
- T., H. C. (2007). *CONTABILIDAD DE COSTOS DÉCIMA SEGUNDA EDICIÓN*. MEXICO: PEARSON EDUCACIÓN.
- T., H. C. (2007). *CONTABILIDAD DE COSTOS DECIMO SEGUNDA EDICION* . MEXICO: PEARSON EDUCACION.

ANEXOS

ANEXO 1

Instrumento de Investigación

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Presentación de Plan de Trabajo

Facultad de Administración

Carrera De Contabilidad y Auditoría

Entrevista dirigida: Al administrador

Introducción: Actualmente dentro de los componentes económicos del país y de vital importancia en el sector publicitario, introducirse en entrevistas directas con el involucrado sobre acontecimientos, será de mucha destreza concebir el estudio de posibles inconvenientes, la cual facilitará una solución para las dificultades del caso.

Instructivo: Entre las técnicas que se ha escogido para esclarecer parte del proyecto de investigación, se llevará a cabo mediante entrevistas, ciertas preguntas que se contestarán para comprensión de situaciones dentro de Tecnifel S.A.

Objetivo: Lograr descifrar situaciones que se lleven a cabo dentro de la compañía a lo largo del período, generando altos niveles de conocimientos y producir rápidamente recomendaciones de los casos.

- 1) **¿Existe capacidad ociosa en su empresa?**
- 2) **¿A qué se debe que tengan capacidad ociosa?**
- 3) **¿Existen meses de baja producción?**
- 4) **¿Tiene identificado cuales son los meses de baja producción?**
- 5) **¿Cómo controla el peso que te da la empresa en los meses que identificas como baja producción?**
- 6) **En nuestro país está un poco complicada la situación económica ¿Qué consecuencias le trae a su empresa esos meses de baja producción?**
- 7) **¿Cómo afectan a sus costos la capacidad ociosa si no es utilizada al 100%?**

- 8) **¿Apoyaría la aplicación de un nuevo sistema de costeo para mejora de su organización y aprovechando que existe capacidad ociosa los departamentos nos ayuden para el logro de la misma?**

ANEXO 2

Instrumento de Investigación

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Presentación de Plan de Trabajo

Facultad de Administración

Carrera De Contabilidad y Auditoría

Entrevista dirigida: Al Contador

Introducción: Actualmente dentro de los componentes económicos del país y de vital importancia en el sector publicitario, introducirse en entrevistas directas con el involucrado sobre acontecimientos, será de mucha destreza concebir el estudio de posibles inconvenientes, la cual facilitará una solución para las dificultades del caso.

Instructivo: Entre las técnicas que se ha escogido para esclarecer parte del proyecto de investigación, se llevará a cabo mediante entrevistas, ciertas preguntas que se contestarán para comprensión de situaciones dentro de Tecnifel S.A.

Objetivo: Lograr descifrar situaciones que se lleven a cabo dentro de la compañía a lo largo del período, generando altos niveles de conocimientos y producir rápidamente recomendaciones de los casos.

- 1) **¿Cómo afecta el flujo cuando existe baja producción en Tecnifel?**
- 2) **¿Considera que Tecnifel podría acogerse a órdenes especiales aprovechando la capacidad ociosa que existe?**
- 3) **¿se evalúan constantemente los informes sobre los costos internos de cada producto?**
- 4) **¿Cómo se controlan los costos de cada producto desde su fabricación hasta la distribución?**

- 5) En cuanto al área de compras ¿Cómo se lleva la información sobre: precios, condiciones de pago, plazo de entrega?
- 6) ¿En qué áreas o aspectos considera que se incurren más los gastos de la empresa?
- 7) ¿Considera que el sistema de Costeo que se está utilizando es de gran utilidad para reducción de costos?
- 8) ¿Se utiliza varios factores de asociación, buscando obtener el costo más real y preciso posible?

ANEXO 3

Instrumento de Investigación

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Presentación de Plan de Trabajo

Facultad de Administración

Carrera De Contabilidad y Auditoría

Entrevista dirigida: Al Asistente Contable

Introducción: Actualmente dentro de los componentes económicos del país y de vital importancia en el sector publicitario, introducirse en entrevistas directas con el involucrado sobre acontecimientos, será de mucha destreza concebir el estudio de posibles inconvenientes, la cual facilitará una solución para las dificultades del caso.

Instructivo: Entre las técnicas que se ha escogido para esclarecer parte del proyecto de investigación, se llevará a cabo mediante entrevistas, ciertas preguntas que se contestarán para comprensión de situaciones dentro de Tecnifel S.A.

Objetivo: Lograr descifrar situaciones que se lleven a cabo dentro de la compañía a lo largo del período, generando altos niveles de conocimientos y producir rápidamente recomendaciones de los casos.

- 1) **¿Cuáles son los informes de control y valuación de los materiales requeridos en las operaciones diarias?**
- 2) **¿Cómo es la asignación de los costos fijos y variables?**

- 3) ¿Qué aplicación se les da a los costos indirectos de fabricación?
- 4) ¿Cómo se contabilizan los costos de producción, administración, comercial y sistemas?
- 5) ¿Qué gastos crees que se genere la mano de obra en la existencia de capacidad ociosa?
- 6) ¿Cómo influyen los costos totales en épocas de baja producción?
- 7) ¿Se lleva de manera ordenada los procesos de producción?
- 8) ¿En que afecta la capacidad ociosa al momento de competir con la demanda que existe día a día y la competencia?

ANEXO 4

Instrumento de Investigación

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Presentación de Plan de Trabajo

Facultad de Administración

Carrera De Contabilidad y Auditoría

Entrevista dirigida: Al Asistente de Costeo

Introducción: Actualmente dentro de los componentes económicos del país y de vital importancia en el sector publicitario, introducirse en entrevistas directas con el involucrado sobre acontecimientos, será de mucha destreza concebir el estudio de posibles inconvenientes, la cual facilitará una solución para las dificultades del caso.

Instructivo: Entre las técnicas que se ha escogido para esclarecer parte del proyecto de investigación, se llevará a cabo mediante entrevistas, ciertas preguntas que se contestarán para comprensión de situaciones dentro de Tecnifel S.A.

Objetivo: Lograr descifrar situaciones que se lleven a cabo dentro de la compañía a lo largo del período, generando altos niveles de conocimientos y producir rápidamente recomendaciones de los casos.

- 1) ¿Cuáles son las políticas de control interno que usa el área contable en el proceso de costeo?
- 2) ¿Qué método de costeo está usando para determinar los costos?
- 3) ¿La aplicación del sistema de costeo tradicional ha permitido mejoras en el proceso productivo?
- 4) ¿Cómo se comunica con el área de producción al momento de notificar una nueva orden?
- 5) Dentro del proceso del cálculo de estimación de la utilidad ¿considera el precio actual del producto?
- 6) Al momento de costear el producto ¿Utiliza todos los elementos del costo?
- 7) Dentro de los tipos de producción ¿Tiene un estándar de rentabilidad esperada?
- 8) ¿Estaría dispuesta a aplicar un nuevo sistema de costos para beneficio de la empresa en existencia de capacidad ociosa y meses de baja producción?

ANEXO 5

Instrumento de Investigación

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Presentación de Plan de Trabajo

Facultad de Administración

Carrera De Contabilidad y Auditoría

Entrevista dirigida: Al Gerente Comercial

Introducción: Actualmente dentro de los componentes económicos del país y de vital importancia en el sector publicitario, introducirse en entrevistas directas con el involucrado sobre acontecimientos, será de mucha destreza concebir el estudio de posibles inconvenientes, la cual facilitará una solución para las dificultades del caso.

Instructivo: Entre las técnicas que se ha escogido para esclarecer parte del proyecto de investigación, se llevará a cabo mediante entrevistas,

ciertas preguntas que se contestarán para comprensión de situaciones dentro de Tecnifel S.A.

Objetivo: Lograr descifrar situaciones que se lleven a cabo dentro de la compañía a lo largo del período, generando altos niveles de conocimientos y producir rápidamente recomendaciones de los casos.

- 1) **Todo vendedor tiene que enaltecer un poco su producto para lógicamente conseguir la venta ¿Cómo se logra en Tecnifel?**
- 2) **¿Qué productos fabrica Tecnifel?**
- 3) **¿Cuál es el proceso de producción de Tecnifel?**
- 4) **¿Qué tipos de documentos respaldan su producción?**
- 5) **¿Qué estrategia usa Ud. para que su empresa sea una de las primeras opciones en sus clientes?**
- 6) **¿Las maquinarias que obtiene Tecnifel se pueden abastecerse en la producción para acogerse a órdenes especiales?**
- 7) **¿Existe un correcto control de inventarios en la empresa?**
- 8) **¿Cómo se maneja en tiempos de baja producción Ud. como gerente comercial y también encargada de la producción?**

ANEXO 6

Instrumento de Investigación

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Presentación de Plan de Trabajo

Facultad de Administración

Carrera De Contabilidad y Auditoría

Entrevista dirigida: Al Asistente o encargado de la elaboración del producto

Introducción: Actualmente dentro de los componentes económicos del país y de vital importancia en el sector publicitario, introducirse en entrevistas directas con el involucrado sobre acontecimientos, será de mucha destreza concebir el estudio de posibles inconvenientes, la cual facilitará una solución para las dificultades del caso.

Instructivo: Entre las técnicas que se ha escogido para esclarecer parte del proyecto de investigación, se llevará a cabo mediante entrevistas, ciertas preguntas que se contestarán para comprensión de situaciones dentro de Tecnifel S.A.

Objetivo: Lograr descifrar situaciones que se lleven a cabo dentro de la compañía a lo largo del período, generando altos niveles de conocimientos y producir rápidamente recomendaciones de los casos.

- 1) **¿Se rigen bajo un manual de procesos?**
- 2) **¿Tienen inconvenientes para cumplir sus metas?**
- 3) **¿Qué documentos respaldan su producción?**
- 4) **¿Cómo llega a su equipo de trabajo para cumplir sus objetivos?**
- 5) **¿Existe inventarios de repuestos para mantenimiento de maquinarias?**
- 6) **¿Qué tratamiento se les da en el caso de existir desperdicios de materiales en el proceso de producción?**
- 7) **¿Qué hacen en casos de capacidad ociosa?**
- 8) **¿Considera que su personal a cargo se puedan acoger a órdenes especiales en tiempos de baja producción?**

ANEXO 7

Instrumento de Investigación

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Presentación de Plan de Trabajo

Facultad de Administración

Carrera De Contabilidad y Auditoría

Entrevista dirigida: Al Asistente o encargado del Diseño del producto

Introducción: Actualmente dentro de los componentes económicos del país y de vital importancia en el sector publicitario, introducirse en entrevistas directas con el involucrado sobre acontecimientos, será de mucha destreza concebir el estudio de posibles inconvenientes, la cual facilitará una solución para las dificultades del caso.

Instructivo: Entre las técnicas que se ha escogido para esclarecer parte del proyecto de investigación, se llevará a cabo mediante entrevistas, ciertas preguntas que se contestarán para comprensión de situaciones dentro de Tecnifel S.A.

Objetivo: Lograr descifrar situaciones que se lleven a cabo dentro de la compañía a lo largo del período, generando altos niveles de conocimientos y producir rápidamente recomendaciones de los casos.

- 1) **¿Me podría describir el proceso productivo en el área de Diseño Gráfico?**
- 2) **¿Tienen inconveniente para logro de metas?**
- 3) **¿Cómo se maneja con su equipo para cumplimiento de metas?**
- 4) **¿Qué tratamiento se les da en el caso de existir desperdicios de materiales en el proceso de producción?**
- 5) **¿Existe un stock de sus productos a utilizar en su área?**
- 6) **¿Qué hacen en casos de capacidad ociosa?**
- 7) **¿Considera que su personal a cargo se puedan acoger a órdenes especiales en tiempos de baja producción?**
- 8) **¿Cómo se maneja la calidad del producto ya que es muy importante para el cliente?**

ANEXO 8

Instrumento de Investigación

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Presentación de Plan de Trabajo

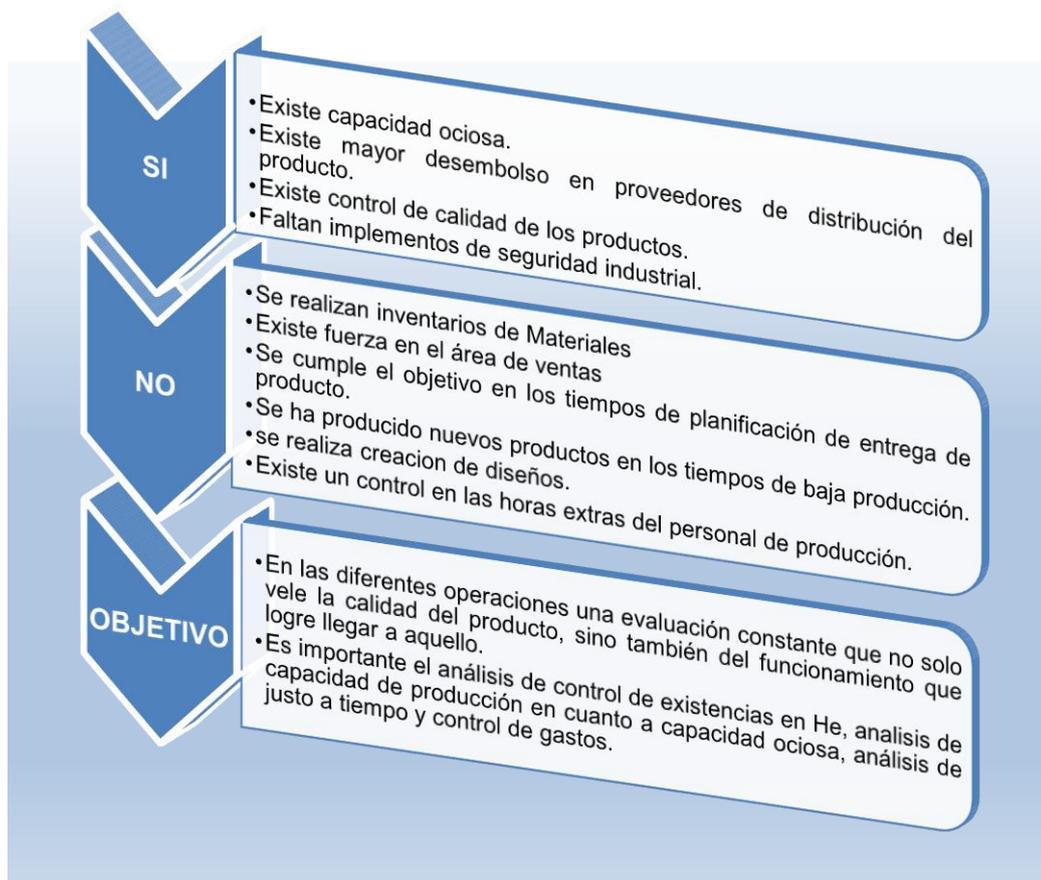
Facultad de Administración

Carrera De Contabilidad y Auditoría

GUÍA DE OBSERVACIÓN

Situación a Observar: Recursos de Peope

Objetivos: Identificar los recursos que maneja la empresa, para hacer uso de optimización de recursos financieros en cuanto a capacidad ociosa y meses de baja producción con la finalidad de aumentar la rentabilidad.



Fuente: Tecnifel S.A

ANEXO 9

Instrumento de Investigación

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Presentación de Plan de Trabajo

Facultad de Administración

Carrera De Contabilidad y Auditoría

GUÍA DOCUMENTAL

Situación a Observar: Documentos existentes y no existentes

Objetivos: Identificar que documentos mantiene la empresa y si llegase a faltar alguno de relevancia, poder recomendar con el fin de mejorar su contabilidad de gestión.



Producción

- Orden de Producción
- Control de Montaje
- Acta de entrega de implementos para implementaciones.
- Reporte de Toma de Medidas



Administrativo y Contable

- Presupuesto Interno
- Solicitud de Materiales
- Reporte de caja chica custodiada por el Contador
- Acta de Entrega de Uniformes o cualquier entrega otorgada por la empresa.
- Acta de Préstamo a empleado



Comercial y Ventas

- Reporte de Viáticos
- órdenes de compra del cliente
- Presupuestos como soporte de Facturación
- Nota de Entrega o Guía de Remisión.

Fuente: Tecnifel S.A

ANEXO 13



1. Observar el mercado actual y competente para lo cual permita la fijación de precios en órdenes especiales.
2. Formulación de preguntas cuya finalidad permita conocer objetivos claros entre los directivos y para despeje de dudas dentro de los parámetros establecidos.
3. Planificar la investigación utilizando elementos precisos y comparables buscando fuentes confiables de información.
4. Experimentar o construir entre el directorio sobre los descubrimientos previamente planificados.
5. Conclusión de cada uno de las investigaciones adquiridas y lograr una final.
6. Por último la exhibición de los resultados determinando un precio especial en órdenes especiales.

ANEXO 14

CONTROL DE CALIDAD



Dirigida al cliente: El proposito de este informe es conocer la satisfaccion del cliente, cuya obtencion asegura el rendimiento del equipo Peope y nos ayudara a mejorar nuestros servicios garantizando optimos resultados.

Marque con una X su nivel de satisfaccion	MALO	MUY MALO	BUENO	MUY BUENO	SOBRESALIENTE
Satisfaccion del Producto					
Satisfaccion del Servicio					
Entrega a tiempo					
El producto fue creado bajo los parametros del cliente.					
Atencion del ejecutivo de venta					
El producto supera las expectativas					

Comentarios:

Nombre del Proyecto:

Numero del Proyecto:

Fecha:

Ejecutivo:

Anexo 15

FOTOS EXCLUSIVAS DE PEOPE



