



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador | Sede
Ambato

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

MODELO DE GESTIÓN DE COSTOS PARA LA EMPRESA PIXXEL PUBLICIDAD

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniera en
Contabilidad y Auditoría**

Línea de investigación:

FINANZAS, AUDITORÍA Y/O CONTABILIDAD EMPRESARIAL

Autora:

Hipatia Paulina Brito Castillo

Director:

Mg. Mario Roberto Altamirano Hidalgo

Ambato – Ecuador

Marzo 2024

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, **HIPATIA PAULINA BRITO CASTILLO**, con cédula de ciudadanía **1804559449**, autora del trabajo de graduación titulado: **MODELO DE GESTIÓN DE COSTOS PARA LA EMPRESA PIXXEL PUBLICIDAD**, previo la obtención del título profesional de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**, en la escuela de **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través del sitio web de la Biblioteca de la PUCE Ambato, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Ambato, marzo 2024



Hipatia Paulina Brito Castillo

CC.1804559449

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE AMBATO
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Tema:

MODELO DE GESTIÓN DE COSTOS PARA LA EMPRESA PIXXEL PUBLICIDAD

Línea de investigación:

FINANZAS, AUDITORÍA Y/O CONTABILIDAD EMPRESARIAL

Autora:

Brito Castillo Hipatia Paulina

Mario Roberto Altamirano Hidalgo, Dr. Mg.

CC. 1803081312

CALIFICADOR

f. 

Hernán Paúl Ortiz Coloma, Dr. Mg.

CALIFICADOR

f. 

José Luis Viteri Medina, Dr. Mg.

CALIFICADOR

f. 

Fredy Leonardo Ibarra Sandoval, Ing. Mg.


DIRECTOR ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

f. 

Diego Gonzalo Coca Chanalata, Dr.

SECRETARIO GENERAL PUCESA

f. 

 Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

SECRETARIA GENERAL
PROCURADURIA

Ambato – Ecuador

Marzo 2024

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación es el resultado de mucho esfuerzo, perseverancia y decisión de cumplir una de mis más grandes metas, dedicado a mi madre Guille y a mis hijos Dieguito y Mathi quienes han sido mi impulso para culminar con éxito.

De igual manera a mi familia, amigos y docentes por sus palabras de aliento y motivación.

Hipatia

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por darme la fuerza para culminar con éxito mi carrera universitaria, a pesar de tantos tropiezos, ahora sé que lo logré. A mi madre que desde siempre ha impulsado en mí lo mejor y a mis hijos por ser el motor de mi vida.

Agradezco a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato y de manera especial al Ing. Julio Zurita, Dr. Mario Altamirano, director de mi trabajo de investigación, Dr. Paúl Ortiz, Dr. José Viteri y Mg. Aidé Llerena por su ayuda y apoyo incondicional. Gracias infinitas.

Hipatia

RESUMEN

El tema sobre el Modelo de Gestión de Costos, surge porque las empresas que realizan actividades de publicidad en su gran mayoría enfrentan problemas en la gestión de sus costos porque difícilmente se contabilizan los recursos que utilizan para la prestación de su servicio o producto, en vista de que intervienen muchos componentes tangibles e intangibles. El objetivo se plantea en diseñar un Modelo de Gestión de Costos para la empresa Pixxel Publicidad.

El modelo metodológico sigue un enfoque cualitativo y cuantitativo, la población está integrada por 7 personas que pertenecen a la empresa, a quienes se les aplicó una entrevista al gerente y una encuesta. Los resultados revelaron que muchas de las veces los costos y precios son manejados empíricamente, afecta variables como: productividad, rentabilidad, liquidez, falta de control y toma de decisiones.

La inexistencia de un sistema de costos dentro de la empresa y la desventaja que conlleva el no poseerlo frente a la amplia demanda de competencia en el mercado y por lo mencionado, es el problema principal y por tal razón la importancia y el porqué del tema. Para lo cual, se utilizó diversos recursos como, organigramas y formatos adecuados para el diseño de un Modelo de Gestión de Costos para la empresa PIXXEL PUBLICIDAD, el mismo que contribuye al buen desempeño y permanencia de la empresa en el mercado. Da como resultado Costos reales y precios justos, este modelo se crea como respuesta a la necesidad revelada en los resultados de la investigación.

Palabras claves: costos, gestión, precio, rentabilidad, sistemas de costos.

ABSTRACT

The issue of the Cost Management Model arises because the vast majority of companies that carry out advertising activities face problems in managing their costs because it is difficult to account for the resources they use to provide their service or product. given that many tangible and intangible components are involved. The objective is to design a Cost Management Model for the company PIXXEL PUBLICIDAD.

The methodological model follows a qualitative and quantitative approach, the population is intrigued by 7 people who belong to the company, to whom an interview with the manager and a survey were applied. The results revealed that many times costs and prices are managed empirically, affecting variables such as: productivity, profitability, liquidity, lack of control and decision making.

The nonexistence of a cost system within the company and the disadvantage that comes with not having it in the face of the wide demand for competition in the market and for what has been mentioned, is the main problem and for this reason the importance and reason of the issue. For this, various resources were used such as organizational charts and appropriate formats for the design of a Cost Management Model for the company PIXXEL PUBLICIDAD, which contributes to the good performance and permanence of the company in the market. Resulting in real costs and fair prices, this model is created in response to the need revealed in the research results.

Keywords: *costs, management, price, profitability, cost systems.*

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA.....	5
1.1. Antecedentes investigativos	5
1.2. Definiciones y conceptos	9
1.3. Sistemas de costos	26
1.4. Fundamentación legal	29
CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO	34
2.1. Definición de tipo y enfoque de investigación.....	34
2.2. Recolección de información	37
2.3. Análisis e interpretación de resultados	38
CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	49
3.1. Modelo de gestión de costos para la empresa Pixxel Publicidad para la fijación de precios reales	49
3.2. Identificación de procesos	51
3.3. Elaboración de reportes de control interno	57
3.4. Aplicación práctica del modelo	69
CONCLUSIONES.....	131
RECOMENDACIONES	132
BIBLIOGRAFÍA	133
ANEXOS	140

INTRODUCCIÓN

Las empresas que han crecido a lo largo de los años y han logrado su posición en el mercado trabajan como antes mientras los resultados estén ahí. En estos tiempos en los que la competencia es feroz, necesitan incrementar sus fortalezas y mejorar sus necesidades. La situación actual, con alta rotación y escasez de mano de obra especializada y muchos proyectos en marcha, requiere la creación de los recursos necesarios para ser relevantes a las necesidades del mercado actual. Por lo tanto, es imprescindible la introducción de modelos de gestión de costos y cronograma de proyectos en las empresas con el objetivo de sistematizar la supervisión de obras en diferentes áreas operativas y mejorar la gestión de recursos; de esta manera competir mejor en el mercado.

De acuerdo con Blaser et al. (2019), conocer los costos de la empresa es parte clave de la gestión estratégica, para que la optimización de los recursos produzca una ventaja competitiva sostenible. Es necesario orientar a la organización enfocándose en la gestión estratégica de costos, que consiste en ver las diferentes actividades que componen la cadena de valor desde una perspectiva global y continua; busca explorar las capacidades internas de la empresa y proyectarlas al entorno externo. La gestión de costes define los diferentes componentes de la cadena de valor, lo que sirve para corregir las tendencias internas de la empresa y planificar el entorno externo.

En este sentido, Arbeláez y Franco (2016) manifiestan que depender de las estrategias del cliente, disminuye las necesidades de la empresa, atenúa el nivel de negociación, la competitividad y limita el potencial de crecimiento de sus propios productos. Si el mercado es condicional y la demanda de los productos es estacional no tienen un volumen de producción fijo anual o mensual. Sin embargo, los costos son contabilizados y acumulados en el programa contable sin discriminación, incertidumbre para la toma de decisiones que afectan directamente a la empresa. Los problemas de calidad surgen en los productos porque no existe un análisis general de las necesidades del cliente y de la capacidad instalada y mano de obra calificada disponible.

Según un estudio de Toaquiza (2021), la industria publicitaria en América Latina se encuentra en general en prosperidad, lo que es resultado de la reestructuración del sector de agencias de publicidad en la región, lo que corresponde a la demanda de una mejor optimización de los recursos que tiene resultados de corto plazo para solucionar la situación financiera que enfrentan varios mercados. En el campo de la publicidad, que es muy amplio, cada vez existen más elementos para conseguir y transmitir publicidad de una empresa o de un nuevo producto u otro ingrediente de última creación, fabricación, etc.

El diseño publicitario según Iniesta (2020) incluye la creación, maquetación y diseño de publicaciones impresas tales como: folletos y volantes, catálogos, carteles y vallas publicitarias, embalajes, embalajes y etiquetas, logotipos de empresas y soporte para otros medios visuales como la televisión o internet. La publicidad está en todas partes del mundo, por eso se destaca en las investigaciones a la agencia Droga, que se ha convertido en una de las agencias de publicidad más admiradas a nivel mundial, y su trabajo con empresas como *Under Armour*, *Hennessy*, *Android* y muchos otros, destaca por sus ideas y ejecución.

Según Matsumoto (2019) la empresa neoyorquina de David Drogan consigue cuentas de las principales agencias multinacionales online. Droga es una agencia fundada hace menos de diez años, quien dejó Publicis para fundar su propia empresa. Fue nombrada agencia independiente del año en el Festival *Cannes Lions* y ocupa el quinto lugar entre las agencias más creativas detrás de *R/GA*, *Grey New York*, *Ogilvy Brasil* y *BBDO New York*.

En el Ecuador la industria publicitaria ha tenido según Cárcaba (2018) mayor cobertura a medida que crece el sector productivo, la publicidad gráfica es necesaria para iniciar un negocio, desde la creación de una marca hasta llegar al cliente (medio publicitario). La industria publicitaria es muy amplia y diversificada, por lo que algunas empresas de este ramo se dedican a alguna actividad relacionada con este tipo de industria, como *Letrasigma*, *Salgraf*, *Induvallas*, *Maruri Publicidad*, *Imprenta Mariscal*, *Imprenta Don Bosco* y *Monsalve Moreno*.

Según Cabrera (2018) la base de datos del Servicio de Impuestos Internos (SRI), la provincia de Tungurahua cuenta con 346 empresas cuyas actividades están relacionadas con la gráfica y la publicidad. Por otro lado, es importante mencionar que, en la ciudad de Ambato, según datos del SRI, existen 247 microempresas dedicadas a la imprenta, diseño gráfico, rotulación y publicidad en general. La organización empresarial publicitaria ejecuta una serie de actividades que aseguran la posibilidad de crecer y hacer realidad su visión de negocio para cumplir con la tarea que se ha propuesto.

La empresa objeto de estudio es Pixxel Publicidad la cual destaca de su competencia, por lo que buscan el beneficio mutuo ha invertido en maquinaria, convirtiéndose en una empresa integral, puesto que cuenta con varios departamentos como diseño, taller y producción; dentro de este último están las máquinas plotter de corte, láser, plotter de impresión, DQ 12, CNC e Imprenta, dan al cliente la mejor opción para plasmar sus ideas y establecer la marca con la opción de una línea gráfica. Todo en un mismo lugar.

Cada vez que crece el negocio, aumentan las oportunidades, pero también las dificultades, tal es el caso de la parte contable y más en el manejo de los procesos y de los costos, cómo tener un mejor control de los elementos que integran el costo, precisar precios, es la preocupación de la empresa. La empresa Pixxel Publicidad durante años ha tenido un deficiente control de costos con precios irreales, que afectan la toma de decisiones y crecimiento de la empresa.

Una de las causas es la inadecuada Gestión de Costos que provoca la toma de decisiones incorrectas, que afecta directamente al desenvolvimiento efectivo y eficaz de las actividades de la empresa, crea inseguridad en los miembros y trabajadores de la empresa de la continuidad de la misma en el mercado. Otro factor es la información irreal que ocasiona desperdicios de recursos porque no hay un control adecuado en la empresa, se generan desperdicios que sumados representan pérdida en el negocio. El desconocimiento de los procesos de costos lleva a una serie de problemáticas como la correcta fijación de costos y por ende la determinación de precios, cuando estos son irreales e inadecuados.

La empresa Pixxel Publicidad al no implementar un Modelo de Gestión de Costos adecuado a la estructura de la empresa, Pixxel no establecerá costos exactos, por ende le resultará difícil conocer si es o no rentable la actividad que desempeña, lleva a la toma inadecuada de decisiones; la empresa se convertiría en un ente no competitivo con el peligro que no se mantenga en el mercado. El problema que somete a la empresa es una deficiente determinación de costos que es provocada por la inadecuada Gestión de Costos.

La presente investigación radica en demostrar por qué es necesario un sistema de gestión de costos dentro de la empresa, el mismo que permitirá tener eficiencia, eficacia y un adecuado control de cada una de las operaciones y actividades que se realizan, lo cual facilitará la toma de decisiones correctas. En el ámbito de la economía nacional, la implementación de un sistema de gestión de costos dentro de la empresa permitirá mejorar la producción, administración y finanzas. La empresa asume los cambios que el mercado presenta continuamente. Con un sistema de gestión de costos se desea eliminar el manejo de los costos de producción en forma empírica, que afectan directamente al precio de venta que genera una baja rentabilidad en el negocio.

Como objetivo General se pretende diseñar un Modelo de Gestión de Costos para la empresa Pixxel Publicidad. Para llegar a este modelo se hace un diagnóstico preliminar de la situación de la empresa, luego determinar los fundamentos teóricos del tema a investigar y finalmente proponer un Modelo de Gestión de Costos para la fijación de precios reales. Al contar con un modelo de gestión de costos tenemos claro cuáles son sus costos, gastos reales y determinar precios justos y reales.

La metodología utilizada sigue un enfoque cuantitativo que permite incluir un proceso cualitativo, con ello realiza un análisis bibliográfico y desde el lugar de los hechos, la recolección de información se realiza de siete personas, con la aplicación de una encuesta mediante un cuestionario estructurado, cuyos datos son expuestos en tablas de resumen de los resultados obtenidos y en gráficos estadísticos para una mejor comprensión de los datos.

CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA

1.1. Antecedentes investigativos

El trabajo de investigación se basa en un amplio análisis bibliográfico, mediante el cual se ha encontrado investigaciones concretas y concernientes a los sistemas de costos, elementos del costo, rentabilidad y toma de decisiones para la mejora continua de la empresa. Cabe recalcar que es la primera vez que se realiza una investigación en la empresa Pixxel Publicidad, puesto que la empresa necesita urgentemente resolver problemas referentes a los procesos de producción y mayor control de los costos para alcanzar la rentabilidad desea y cumpla con las metas, por eso es importante buscar información relevante, clara y oportuna para alcanzar los objetivos establecidos en el presente trabajo de investigación.

Existen varias investigaciones que se relacionan con el tema a investigar, las mismas que determinan la importancia de un sistema de costos que abarque todas las variables y procesos de la empresa, para lo cual se indican los siguientes estudios realizados que analizan la misma problemática: En la investigación de Diez (2017) se concluye que la empresa no maneja un control adecuado de los costos que permita contar con información real, lo cual afecta al manejo financiero porque las decisiones tomadas no son adecuadas. Afirma que la empresa que no maneja correctamente los costos, genera problemas como valores irreales, precio al público incorrecto, desperdicios, baja rentabilidad, y toma de decisiones erradas.

En otro análisis contable, Sánchez (2019) manifiesta que los desperdicios en costos de fabricación y su incidencia en la situación financiera de una microempresa de muebles se determinó que sus trabajadores comparten criterio al afirmar la existencia de un deficiente control (inexistencia de un cronograma de producción) en la utilización de materiales, al ocasionar una pérdida de los mismos; también aseveran que depende del escenario productivo se reduce el desperdicio de material, por tanto estas son acciones que reafirman y fortalecen la efectividad de asumir un tratamiento contable de los desperdicios.

No mantener un adecuado sistema de costos y control de variables resulta en pérdida de tiempo y materia prima, al provocar retrasos y pérdidas a la empresa, por lo que es necesario en Pixxel Publicidad preocupar y capacitar a los empleados involucrados en los procesos para evitar desperdicios y mejorar gestionarlo para mejorar la rentabilidad. Las metas de cada una de estas áreas que conforman el entramado organizacional de la empresa, así como las estrategias implementadas para alcanzarlas, están alineadas y son consistentes con lo que la empresa quiere lograr en un tiempo determinado.

Otro tema de análisis es el Control de costos de producción y su incidencia en la Rentabilidad de la Empresa American Jeans Cía. Ltda., en la ciudad de Ambato en el primer semestre del año 2021, Florez (2018) concluye que el control de costos de producción no es el adecuado porque no se aplican formatos de control de los elementos del costo. El párrafo anterior hace hincapié en la elaboración y ejecución de formatos de control para cada elemento del costo, diseñados de acuerdo a la actividad que desempeña la empresa, al proporcionar información relevante para un adecuado control.

El presente estudio se enfoca en la empresa Pixxel Publicidad que está ubicada en la ciudad de Ambato, dedicada a varios procesos, entre ellos diseño, gigantografías, vallas de carreteras, material pop e imprenta. Lo que busca esta investigación es organizar estos procesos para tener costos reales que ayuden a la rentabilidad de la empresa. Por ello se requiere diseñar un Sistema de Gestión de Costos que abarque todas las variables y necesidades de la empresa para obtener las metas propuestas.

Según Lalaleo (2019) el sistema de costos es una herramienta de gestión empresarial que se encarga del registro, identificación, clasificación, recopilación, análisis e interpretación de la información, con el propósito de producir informes claros y valiosos para la toma de decisiones. Lo más común hoy en día es la implementación de un plan de comunicación que combine varias de estas fórmulas con el objetivo de crear un contacto más efectivo con el público. La gestión de costos permite la asignación y distribución adecuada de recursos mediante la

formulación de estrategias que se centran en el diagnóstico situacional que crea nuevas perspectivas que guían a la organización.

Es necesario, de acuerdo con Ayre y Chocce (2019) comprender que un sistema de costos claro ayuda con información para registrar y realizar una contabilidad más precisa, por lo que el registro de costos es un conjunto adecuado de técnicas y procedimientos que se utilizan para determinar el sacrificio financiero en que incurre la empresa durante la producción, en relación con la producción de ingresos o acciones; es así que, los empresarios utilizan el costo de su producto como base para negociar el precio de venta y calculan los resultados como la diferencia entre sus ingresos y los costos totales.

Es decir, una herramienta que ayuda a determinar los elementos y valores relacionados con la actividad en cuestión. Biasca (2019) explica que en un concepto más formal, la contabilidad de costos se encarga de proporcionar la información necesaria para calcular con precisión el valor de ingresos y los inventarios. También es una herramienta útil para fijar precios y gestionar operaciones a corto, medio y largo plazo. La gestión de costos estratégicos es una combinación de tres temas clave: análisis de cadena de valor, análisis de generadores de costos y análisis de posicionamiento estratégico, que facilitan el estudio y análisis de costos de forma organizada, para desarrollar estrategias comerciales, amplias e inequívocas.

Como afirma Coll y Blasco (2020) la Contabilidad de Costos se encarga de medir, consolidar y reportar información tanto financiera como no financiera relativa a la adquisición y/o consumo de insumos por parte de una empresa, lo que ayuda a tener un mejor control de todas las variables y elementos que intervienen en el proceso de producción o prestación de un servicio y determinar así la efectividad y eficiencia de los recursos.

Para Sarmiento et al. (2018), se entiende por costos eficientes, la medición del uso considerado y ajustado de los recursos de la empresa o negocio, que miden los desaprovechamientos y aprovechamientos de los recursos con los estándares. Es decir lo que ocurre en ese momento dentro de la empresa. El costo efectivo, es la

medición y evaluación de la rentabilidad que producen los recursos en la empresa o negocio, y la capacidad en el tiempo para seguir produciéndolos. La efectividad evalúa y controla el presente y el futuro.

Según Quintero y Fernández (2017) para fabricar cualquier bien o prestar un servicio será necesario adquirir y poner a disposición del proceso productivo tres elementos consustanciales y vinculados entre sí: Materiales o materia prima (MP), Mano de Obra (MO) y Otros Insumos o Costos Indirectos de Fabricación (CIF). La Materia Prima MP constituye todos los bienes, ya sea que se encuentren en estado natural o hayan tenido algún tipo de transformación previa, requeridos para la producción de un bien. Esta a su vez se clasifica en Materia Prima Directa (MPD) y Materia Prima Indirecta.

La Mano de Obra se denomina a la fuerza creativa del hombre, de carácter físico o intelectual, requerido para transformar con la ayuda de máquinas, equipos o tecnología los materiales en productos terminados. Al igual que la materia prima se dividen Mano de Obra Directa e indirecta. Y por último los CIF son todos aquellos ingredientes, materiales e inmateriales complementarios que son indispensables para generar un bien o un servicio, conforme fue concebido originalmente.

En este sentido, Blaser et al. (2019), consideran que para organizar mejor estos tres elementos se necesita de un sistema de costos que ayude a direccionarlos para llegar a un fin que es el costo real. El sistema contable es el recurso de información cuantitativa más importante y fiable de todas las empresas y ofrece información fiable y actualizada. Esto incluye el cálculo e interpretación de porcentajes, tasas, tendencias, indicadores y estados financieros para evaluar el desempeño operativo de la empresa.

Por consiguiente, Pixxel Publicidad requiere diseñar un sistema adecuado de costos que abarque todo los procesos y actividades que realiza, puesto que es difícil establecer un sistema por órdenes o por procesos, mantiene una larga lista de productos y cada uno de ellos requiere un proceso diferente. Con el estudio se diseña un sistema por múltiples procesos y materias primas, que permita establecer

costos reales para generar una rentabilidad y ayuden a la toma efectiva y eficiente de decisiones.

1.2. Definiciones y conceptos

Es necesario establecer conceptos claves que ayuden al desarrollo de la investigación, comenzaremos por la estructura de la empresa, contabilidad de costos, costos y sus elementos y los sistemas de costos. Además, se necesita conocer indicadores que ayuden a medir la rentabilidad, efectividad de los procesos y costos. Contabilidad de Costos según Sanchis y Melián (2019) la contabilidad financiera se relaciona con la elaboración y presentación de información a personas ajenas a la empresa, la contabilidad gerencial se ocupa de proveer información a las personas encargadas de tomar las decisiones dentro de la organización.

La contabilidad de costos, de acuerdo con Briozzo (2019) genera información para uso interno y externo, y tiene que ver con la determinación del costo de un producto específico o actividad. Además, constituye un sistema de registro de todas las transacciones financieras relacionadas con el proceso productivo o de fabricación de bienes u obtención de servicios, para controlar el uso de componentes de un producto terminado, para periódicamente informar sobre sus costos totales y unitarios, la evolución que éstos han tenido durante período de tiempo.

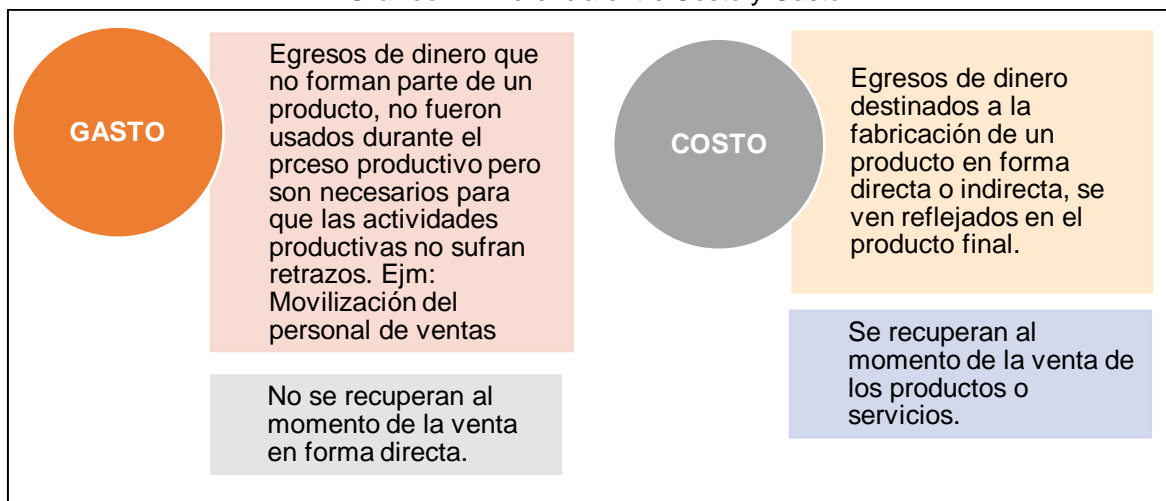
Para Escalona et al. (2019), la contabilidad de Costos es la aplicación de los principios contables con el fin de determinar el valor total de la materia prima, mano de obra y otros insumos utilizados en la obtención de un producto terminado o en la prestación de un servicio. La Contabilidad de Costos es el arte o la técnica empleada para recoger, registrar y reportar la información relacionada con los costos y con base en dicha información, tomar decisiones adecuadas relacionadas con la planeación y el control de los mismos.

Las funciones que tiene en los diferentes departamentos de una organización, la finalidad, los objetivos y la aplicación de la contabilidad de costos se muestra en el siguiente Gráfico.

Gráfico 1. Contabilidad de Costos

Fuente: modificado a partir de Saavedra et al. (2020)

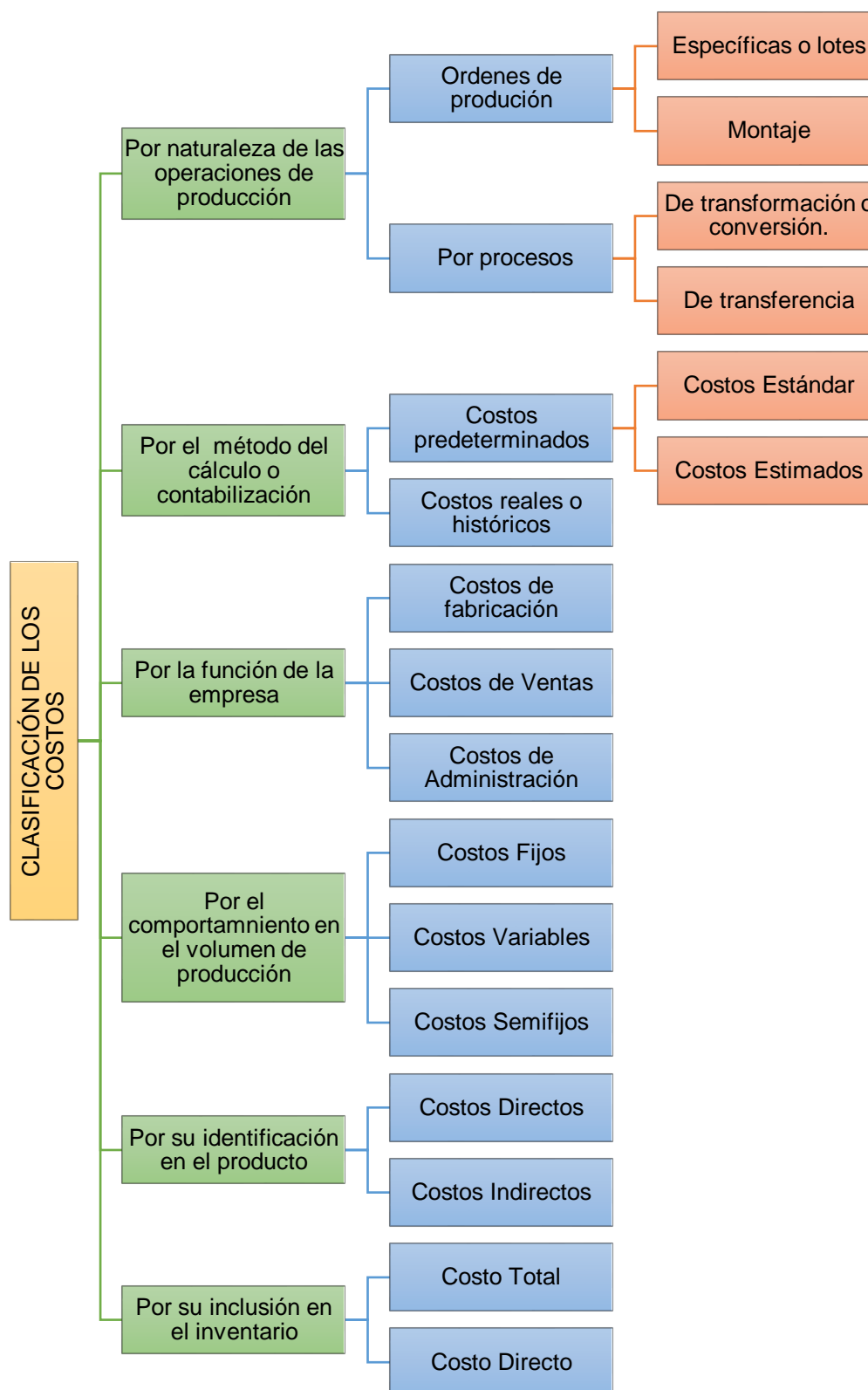
Costos y gastos, es necesario entender dos definiciones claves y no confundirnos entre lo que es un gasto y un costo, para ello se presenta en el gráfico 2, donde explica claramente estas diferencias.

Gráfico 2. Diferencia entre Costo y Gasto

Fuente: modificado a partir de Espejo et al. (2017)

Los Costos se clasifican de acuerdo a la función de la empresa, naturaleza del producto, el método de cálculo entre otros parámetros, los mismos que se detallan en el gráfico 3.

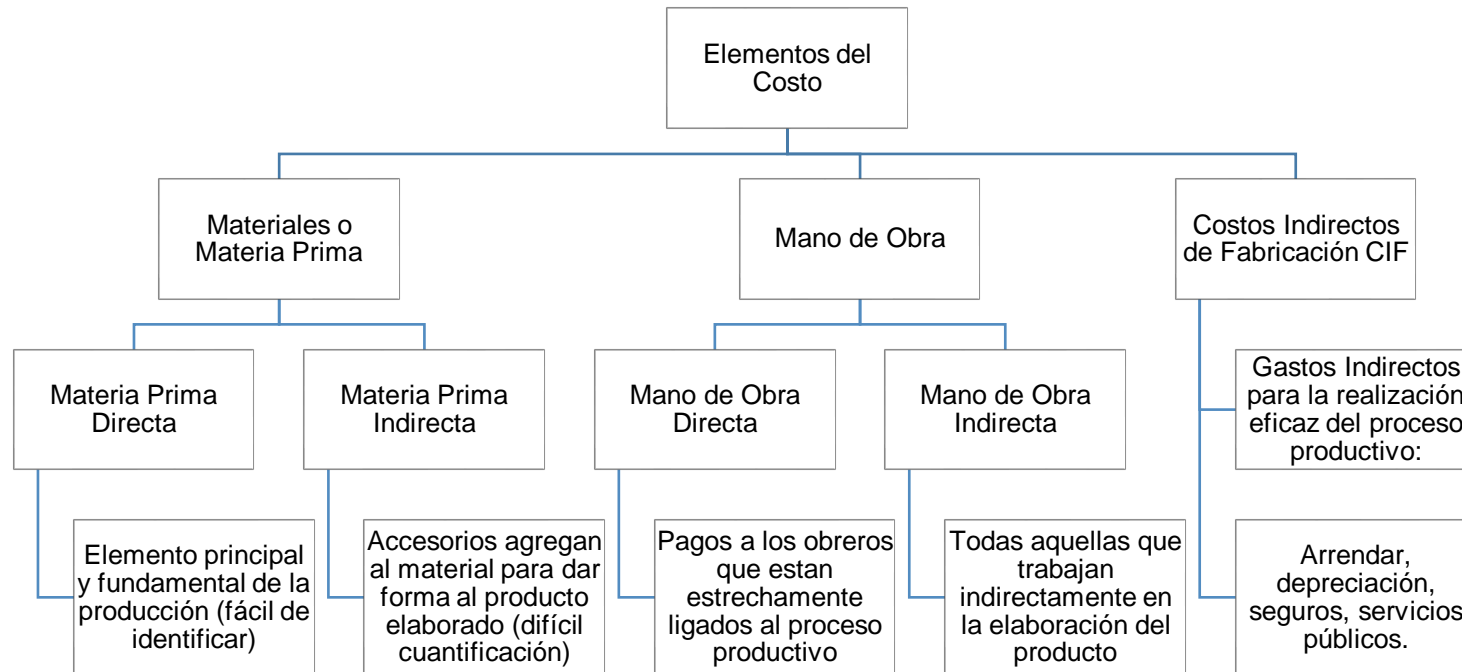
Gráfico 3. Clasificación de los costos



Fuente: modificado a partir de Rojas (2019)

Los elementos del costo son tres, materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación y cada uno de ellos se subdividen como muestra en el gráfico 4.

Gráfico 4. Clasificación de los elementos del costo



Fuente: modificado a partir de García (2019)

Registro contable de los elementos del costo: primero es importante familiarizarse con las fórmulas del costo, las mismas que ayudan a manejar valores correctos de los elementos del costo, así para (Rivera, 2017) en el cuadro 1 son:

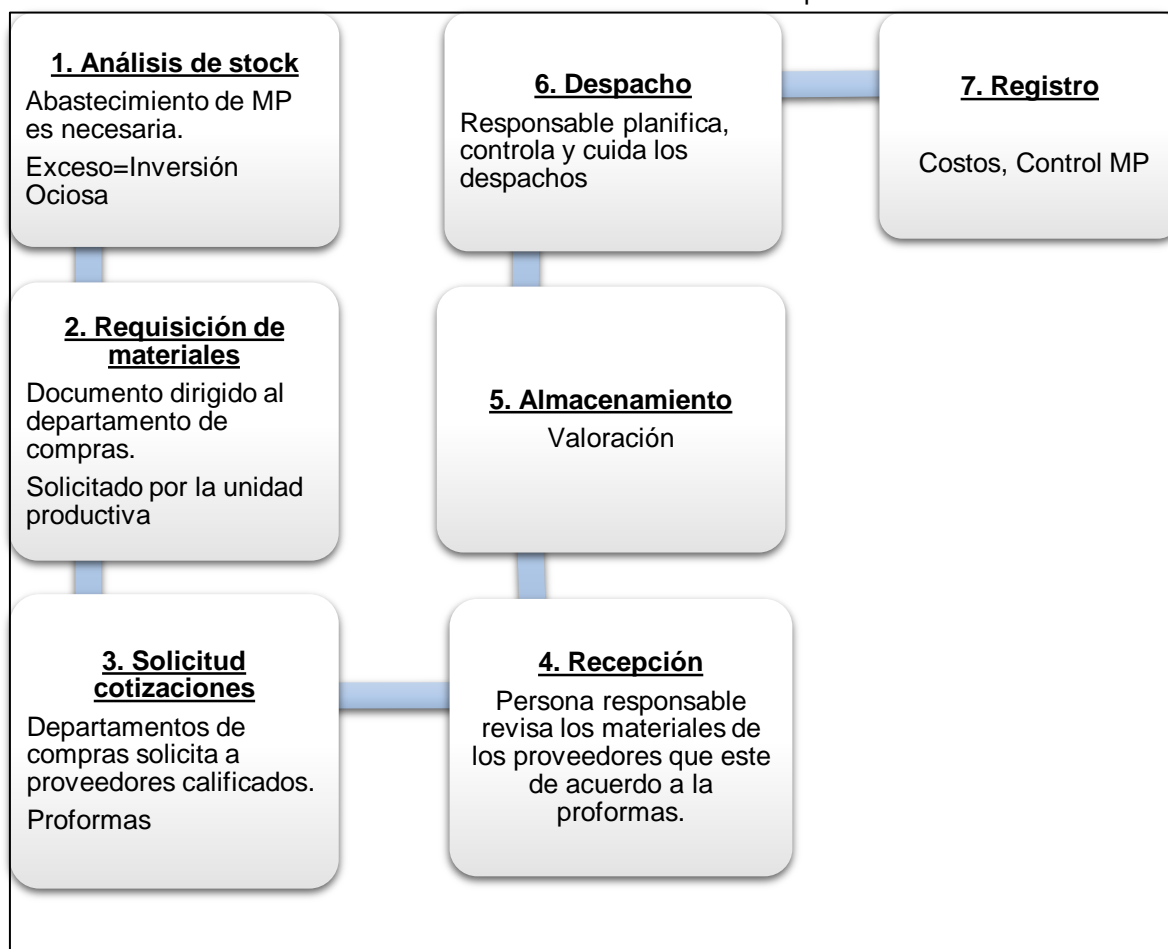
Cuadro 1. Fórmulas del costo

Costo	Simbología
Costo primo $CP = MPD + MOD$	CP: Costo primo MPD: Materia prima directa MOD: Mano de obra directa
Costo conversión $CC = MOD + CIF$	CC: Costo de conversión MOD: Mano de obra directa CIF: Costos indirectos de fabricación
Costo producción $CP = MPD + MOD + CIF$	CP: Costo producción MPD: Materia prima directa MOD: Mano de obra directa CIF: Costos indirectos de fabricación
Costo producción $CP = CP + CIF$	CP: Costo producción CP: Costo primo CIF: Costos indirectos de fabricación
Costo de productos disponibles para la venta $CDPV = CPP - IFPP + IIPT$	CDPV: Costo de productos disponibles para la venta CPP: Costo de productos en proceso IFPP: Inventario final de productos en proceso IIPT: Inventario inicial de productos terminados
Costo de ventas $CV = CP + IIAT - IFAT$	CV: Costo de ventas CP: Costo de producción IIAT: Inventario inicial de artículos terminados IFAT: Inventario final de artículos terminados
Disponible para la venta $DPV = CP + IIAT$	DPV: Disponible para la venta CP: Costo de producción IIAT: Inventario inicial de artículos terminados

Fuente: modificado a partir de Rivera (2017)

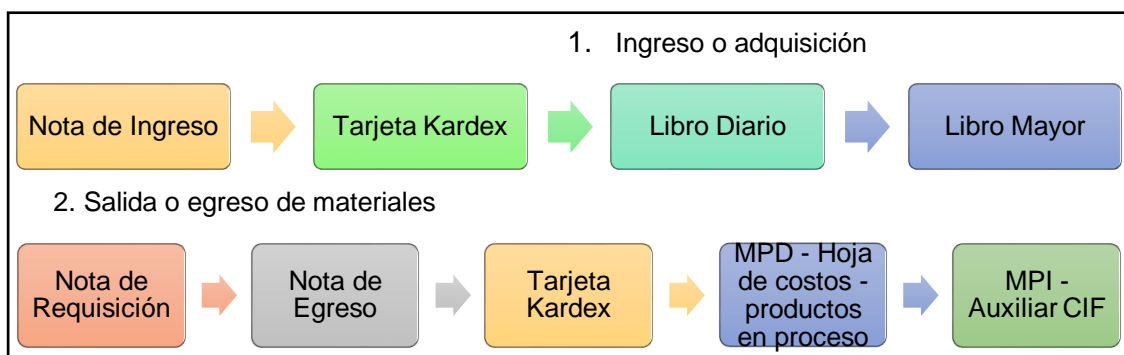
Una vez establecidas las fórmulas correspondientes al cálculo del costo, se detalla también los procesos contables que se realiza en cada uno de los elementos que constituyen el costo.

Proceso contable de materia prima, en el gráfico 5, se habla sobre el proceso contable del primer elemento, la Materia Prima, desde su requerimiento hasta su registro contable.

Gráfico 5. Proceso contable de la materia prima

Fuente: modificado a partir de Bravo y Ubidia Carmita (2009)

Entrada y Salida de Materiales: al momento de que la empresa recibe una orden de trabajo para la entrega de un producto o servicio, se requiere seguir el proceso que se describe en el gráfico 6, por qué ingresa - sale la mercadería, así cómo y dónde se registra.

Gráfico 6. Ingreso y salida de materiales

Fuente: modificado a partir de Pazmiño (2019)

Formatos para el proceso de materia prima: para cumplir con el proceso contable de la Materia Prima se requiere de ciertos formatos de control que se presentan en los gráficos 7, 8, 9 que están a continuación. Una vez dada la orden de trabajo se coloca al sacar un documento fuente básico, el cual se denomina Registro de requisición de materiales, y contiene información acerca del costo de los materiales directos que se utilizan en una orden de trabajo puntual y en un departamento determinado, especifica la orden de trabajo para la cual se requiere el material, la descripción del material, la cantidad real, el costo unitario real y el costo total real. Un modelo sencillo de esta forma es el que aparece en el cuadro 2.

Cuadro 2. Requisición de Materiales

EMPRESA XXXX					
REQUISICIÓN DE MATERIALES N°----					
Fecha de pedido: /...../.....			Fecha de entrega: /...../.....		
Departamento:			Responsable:		
Orden de trabajo N°.....					
Observaciones:					
Código	Unidad	Cantidad	Características/ producto	Costo unitario	Costo total
Firmas Responsables:					
_____			_____		

Fuente: modificado a partir de Gómez et al. (2021)

Una vez establecido los materiales que se requieren se revisan si hay en stock (inventario) y si no lo hay se hace una Orden de Pedido (véase en el gráfico 8) que es un formato con numeración consecutiva preimpresa, donde se detallan los materiales solicitados al proveedor, se dan instrucciones de despacho y se

acostumbra a especificar los precios de venta pactados en la negociación, los cuales fueron previamente acordados por teléfono o cualquier otro medio de comunicación.

La orden de compra se prepara en original y varias copias por ejemplo, original para el proveedor, una copia para el almacenista de materiales (con el fin de que prepare la futura recepción de los materiales y tenga un documento para confrontar lo que ha de recibir) y otra copia que queda en la oficina de compras de la empresa, que generalmente es la encargada de producir la orden de compra.

Cuadro 3. Orden de pedido

EMPRESA XXXX				
ORDEN DE PEDIDO N°----				
Fecha: /...../.....		Proveedor:		
Vía de transporte:				
Condiciones de pago:				
Fecha máxima de recepción:.....				
Código	Características del producto	Cantidad	Cantidad	Costo total

Firmas Responsables:

Solicitado

Autorizado

Fuente: modificado a partir de Orellana (2003)

Al llegar los materiales a la empresa de forma inmediata se registra en la kárdex, que es una tarjeta donde se detallan la fecha de ingreso, la cantidad, el tipo de material, y se utiliza para un adecuado control de las entradas y salidas de material. Ver cuadro 4.

Cuadro 4. Tarjeta Kardex

EMPRESA XXXX TARJETA KARDEX									
Material: Código:									
Método:									
Características:									
Cantidad máxima:.....									
Cantidad mínima:.....									
Fecha	Detalle	Ingresos			Consumos		Existencias		
		Costo entrada	Cant.	Costo total	Cant.	Costo total	Cant.	Costo total	Costo salida

Fuente: modificado a partir de Ibarra (2018)

Valuación de las salidas de almacén

Para costear las salidas de materiales que se utilizan en la producción tanto directa como indirecta se considera los siguientes métodos:

- Costo promedio.
- Primeras entradas, primeras salidas (PEPS).
- Últimas entradas, primeras salidas (UEPS).

Para Masero y López (2019) en la contabilidad de costos, el costo promedio es un método obliga a considerar las unidades compradas y el valor total de las mismas, es decir, el costo unitario promedio se determina al dividir el valor total entre el total de unidades. Por su parte, las salidas de almacén se valúan a este costo hasta que se efectúe una nueva compra, momento en que se hace un nuevo cálculo de costo unitario promedio. El nuevo costo resulta de dividir el saldo monetario entre las

unidades en existencia, por lo cual las salidas que se realicen después de esta nueva compra se valúan a este nuevo costo y así sucesivamente.

Primeras entradas, primeras salidas (PEPS): este método se basa en el supuesto de que los primeros materiales en entrar al almacén son los primeros en salir de él; es decir, los materiales de adquisición más antiguos son los primeros en utilizarse. Es conveniente descartar que el manejo físico de los materiales, en determinadas empresas, no tiene que coincidir con la forma en que éstos se valúen.

Últimas entradas, primeras salidas (UEPS): este método se base en el supuesto de que los últimos materiales en entrar al almacén son los primeros en salir de él. No se costea un material a un precio diferente del último, sino hasta que la partida más reciente se haya agotado y así sucesivamente. Si se recibe en el almacén una nueva partida, automáticamente, desde ese instante, las nuevas salidas se evalúan al costo correspondiente de la partida recién recibida, cuyo costo seguirá utilizándose hasta que se agote o se reciba una nueva partida.

Como en el caso del método PEPS, el manejo físico de los materiales, en determinadas empresas, no necesariamente tiene que coincidir con la forma en que se valúen. Con dichos formatos se tiene un adecuado control de la utilización de materias primas lo cual facilita su registro contable, así en la tabla 1 muestra los asientos contables a utilizar.

Tabla 1. Asientos contables MP

Fecha	Descripción	Debito	Crédito
	Compras --- 1----		
.../.../...	Materia prima	xxxx	
	IVA compras	xxxx	
	Proveedores		xxxx
	s/. compra de MP		
	Despacho a producción --- 2----		
.../.../...	Productos en proceso	xxxx	
	Materia prima		xxxx
	s/. entrega de MP a producción		
	Conclusión de producción --- 3 ----		
.../.../...	Productos terminados	xxxx	
	Productos en proceso		xxxx
	s/. entrega a bodega de PT		
	Venta --- 4 ----		
.../.../...	Costo de ventas	xxxx	
	Productos terminados		xxxx
	s/. costo de productos vendidos		

Fuente: modificado a partir de Olivé y Villoro (2018)

Proceso contable mano de obra: El segundo elemento del costo es la mano de obra, la cual cumple con un proceso para un adecuado control, como se mira en el gráfico 7.

Gráfico 7. Proceso contable de mano de obra

Fuente: modificado a partir de Valderrama et al. (2019)

Control del personal: el personal de la empresa registra su asistencia sea en una tarjeta reloj, o un reloj biométrico para establecer tiempos y cuánto se ocupa de mano de obra en un proceso u orden de trabajo. En el cuadro 5 se establece el formato para controlar tanto el tiempo y el nivel de calidad de la producción.

Tabla 2. Aspectos legales del trabajador

ASPECTOS LEGALES DEL TRABAJADOR		
SEMANA INTEGRAL	Si falta 1/2 día sin ustificar	Pierde 1 día de la semana integral
	Si falta 1 sin justificar	Pierde 2 días + 1/2 día de falta
BENEFICOS SOCIALES	XII Sueldo	12va. Parte de la remuneración
	XIV Sueldo	Un sueldo básico (Año 2017 es \$375,00)
	Vacaciones	24va. Parte de la remuneración
	Fondo de Reservas	12va. Parte de la remuneración, a partir del año de trabajo
TRABAJO EXTRAORDINARIO	Horas Suplementarias	Con el 50% de recargo (lunes a viernes de 6pm a 12pm)
	Horas Extraordinarias	Con el 100% de recargo lunes a viernes de 12pm a 6am)
APORTE IESS	Aporte Personal	El 9,45% se descuenta al empleado
	Aporte Patronal	El 12,15% valos pagado por el empleador
NOTAS	Cuando el beneficio social está estipulado en tiempos se pagará prorrateando en base a los días trabajados.	
	Los beneficios sociales se pueden mensualizar.	
	La Remuneración comprende el sueldo más todos los ingresos extras que tenga el empleado de carácter continuo.	
	El costo del personal por los trabajos efectuados comprende los valores que mensualmente se pagan, así como las provisiones mensuales que se efectúan por efecto de los beneficios sociales.	

Fuente: modificado a partir de Palacio (2020)

Los valores de MO se registran en el Rol de Pagos, que se presenta en la tabla 3.

Tabla 3. Rol de Pagos

PLANTILLA ROL DE PAGOS MES								
NOMBRE	SUELDO	HORAS EXTRAS		TOTAL	APORTE IESS 9,35%	ADELANTOS	TOTAL DESCUENTOS	TOTAL A PAGAR
		SUPLEMENTARIAS	EXTRAORDINARIAS					
PROVISIONES								
NOMBRE	DECIMOS		VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%	TOTAL PROVISIONES		
	TERCER SUELDO	CUARTO SUELDO						

Fuente: modificado a partir de Arbeláez y Franco (2016)

Registro contable: en la tabla 4 muestra los asientos contables que se realizan para registrar correctamente los valores de mano de obra.

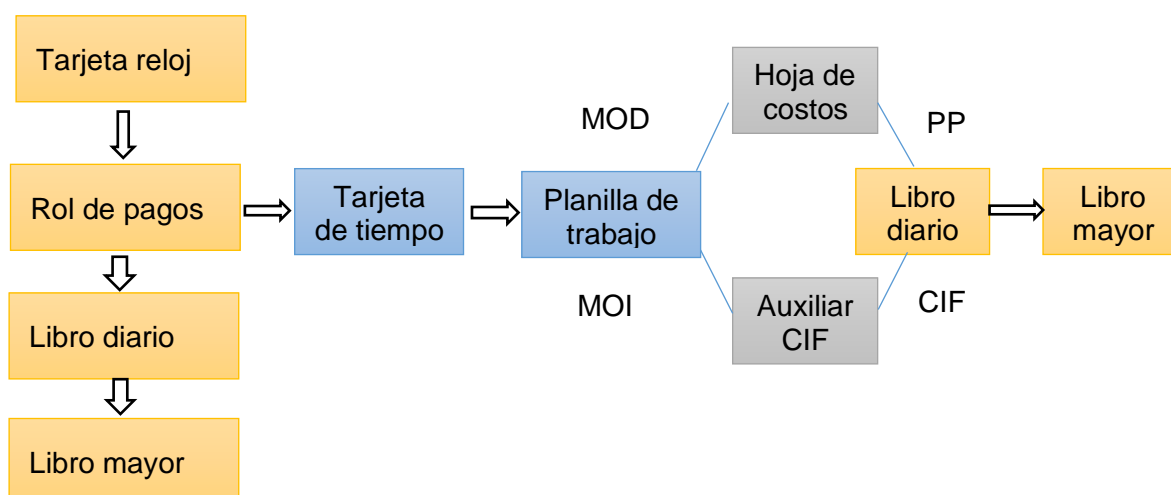
Tabla 4. Asientos contables MO

Fecha	Descripción	Auxiliar	Débito	Crédito
	Registro rol --- 1----			
	Mano de obra		xxxx	
	Sueldos y bonificaciones	xxxx		
	Beneficios sociales	xxxx		
	Aporte patronal al IESS	xxxx		
.../.../...	Sueldo por pagar			xxxx
	Décimo tercer sueldo			xxxx
	Décimo cuarto sueldo			xxxx
	Vacaciones			xxxx
	Fondos de reserva			xxxx
	Aportes al IESS por pagar			xxxx
	s/. rol de pagos del mes			
	Distribución a producción --- 2----			
.../.../...	Productos en proceso		xxxx	
	Mano de obra			xxxx
	s/. hoja de producción			
	Conclusión de producción --- 3 ----			
.../.../...	Productos terminados		xxxx	
	Productos en proceso			xxxx
	s/. entrega a bodega de PT			

Fuente: modificado a partir de Ayre y Chocce (2019)

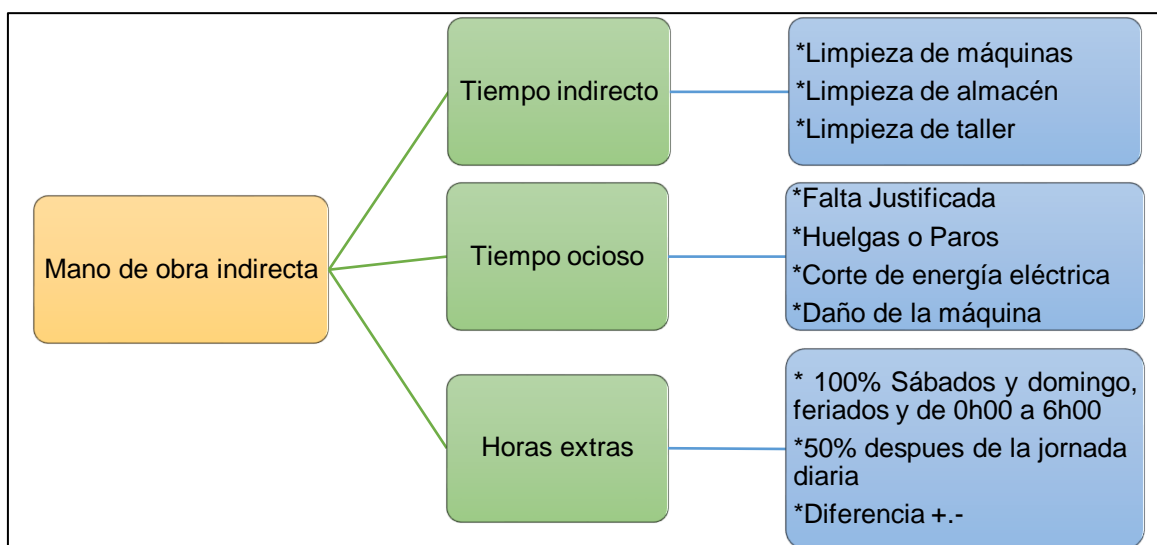
Procesos mano de obra directa e indirecta: en el gráfico 8 habla sobre el tratamiento que sigue el segundo elemento del costo, desde el ingreso del personal, el trabajo que realiza y su valoración.

Gráfico 8. Proceso MO



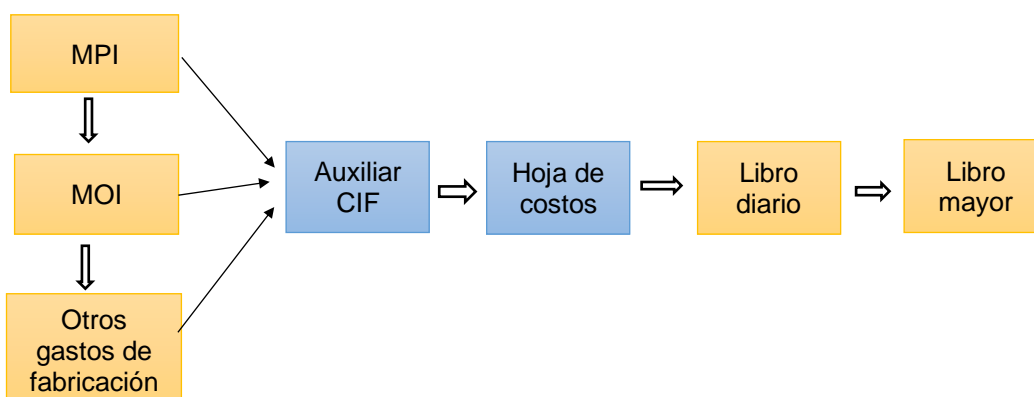
Fuente: modificado a partir de Uribe (2021)

En el gráfico 9 se da ejemplos de lo que se considera como Mano de Obra Indirecta, es necesario distinguir no dejar de lado al momento de registrar y contabilizar.

Gráfico 9. Mano de obra indirecta

Fuente: modificado a partir de Biasca (2019)

Proceso contable costos indirectos fabricación CIF.

Gráfico 10. Proceso contable de los costos indirectos de fabricación

Fuente: modificado a partir de Jiménez (2020)

Acumulación y distribución CIF: los CIF tienen un tratamiento diferente a los dos elementos anteriores por ello es necesario establecer conceptos para entender sobre la acumulación y distribución como se mira en el gráfico 11.

Gráfico 11. Acumulación y distribución de los CIF

ACUMULACIÓN	DISTRIBUCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Los CIF se acumulan progresivamente a medida que se suceden al cargar a cada cuenta hasta cumplir el proceso productivo y se requiera la obtención del costos del producto terminado. 	<ul style="list-style-type: none"> • También llamada prorrateo de los CIF. • Se aplica una tasa o alícuota. • Tasa = $\frac{\text{Total Costos Indirectos de Fabricación}}{\text{Base de Distribución}}$

Fuente: modificado a partir de Chacón et al. (2020)

Base de distribución de los CIF, las más utilizadas son:

- a) Unidades Producidas
- b) Costo de la Materia Prima Directa
- c) Costo de la Mano de Obra Directa
- d) Base Costos Primo
- e) Base Horas-Hombre
- f) Base Horas-Máquina

Para determinar la cuota o tasa de los CIF se aplica las fórmulas siguientes, como establece el gráfico 12.

Gráfico 12. Fórmulas de distribución CIF

<p>Unidades Producidas</p> <p>• Tasa = $\frac{\text{Total CIF}}{\text{Total Unidades Producidas}}$</p>	<p>Costo de la Materia Prima Directa</p> <p>• Tasa = $\frac{\text{Total CIF}}{\text{Total Materia Prima Directa}}$</p>
<p>Costo de la Mano de Obra Directa</p> <p>• Tasa = $\frac{\text{Total CIF}}{\text{Total Mano de Obra Directa}}$</p>	<p>Base Costos Primo</p> <p>• Tasa = $\frac{\text{Total CIF}}{\text{Total MPD} + \text{Total MOD}}$</p>
<p>Base Horas-Hombre</p> <p>• Tasa = $\frac{\text{Total CIF}}{\text{Total Números de Horas-Hombre}}$</p>	<p>Base Horas-Máquina</p> <p>• Tasa = $\frac{\text{Total CIF}}{\text{Total Número de Horas-Máquina}}$</p>

Fuente: modificado a partir de Blaser et al. (2019)

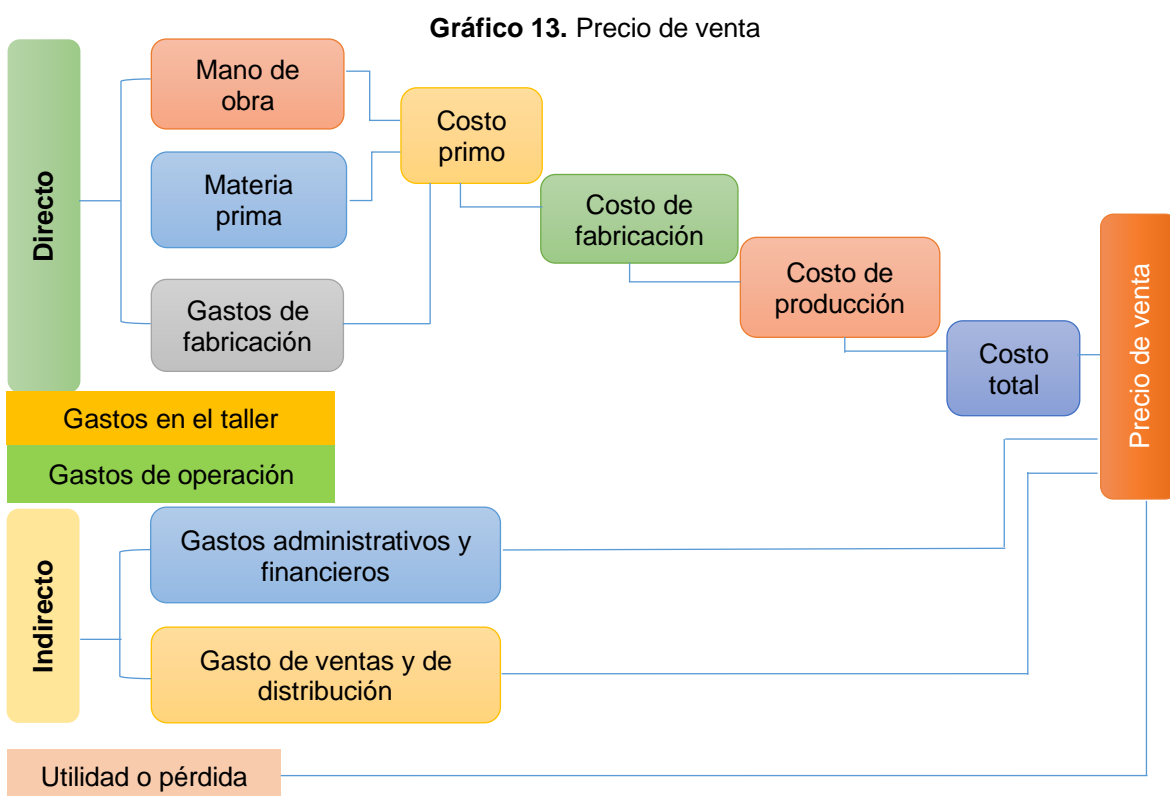
Registro contable CIF: en la tabla 5 se presenta los asientos contables que se aplican para registrar los CIF.

Tabla 5. Asientos contables CIF

Fecha	Descripción	Auxiliar	Débito	Crédito
	Registro acumulación --- 1----			
..../..../....	CIF		xxxx	
	Repuestos y accesorios	xxxx		
	Servicios básicos	xxxx		
	Bancos			xxxx
	s/. pago consumo			
	Distribución --- 2----			
..../..../....	Productos en proceso		xxxx	
	CIF			xxxx
	Repuestos y accesorios			xxxx
	Servicios básicos			xxxx
	s/. cargar CIF a producción			
	Conclusión de producción --- 3 ---			
..../..../....	Productos terminados		xxxx	
	Productos en proceso			xxxx
	s/. productos terminados			

Fuente: modificado a partir de Ayre y Chocce (2019)

El precio de venta al público es igual al costo total más un valor extra que se quiera dar para obtener un margen de ganancia. Para llegar a este precio se sigue un proceso tanto de control como de registro para que no quede ningún elemento fuera, tal como se muestra en el gráfico 13.



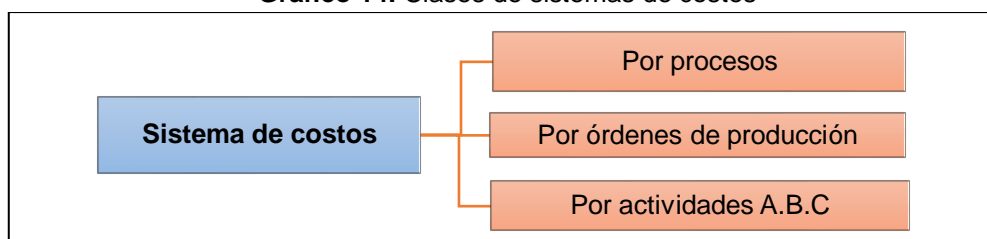
Fuente: modificado a partir de Blaser et al. (2019)

1.3. Sistemas de costos

Según Molina (2020) es el procedimiento contable que se utiliza para determinar el costo unitario de producción y el control de las operaciones realizadas por la empresa industrial.

El gráfico 14 presenta los sistemas de costos más conocidos.

Gráfico 14. Clases de sistemas de costos



Fuente: modificado a partir de Jiménez (2020)

Sistema de costos por órdenes de producción: este sistema según Coll y Blasco (2020) se utiliza en las industrias en las que la producción es interrumpida porque comienza y termina en cualquier momento o fecha del periodo de costos; diversa porque se produce uno o varios artículos similares, para lo cual se requiere de las respectivas órdenes de producción o de trabajo específicas, para cada lote o artículo que se fabrica.

Orden de producción: es un formulario de acuerdo con Cárcaba (2018) mediante el cual el Jefe de Producción ordena la fabricación de un determinado artículo o lote de artículos similares. Un modelo se presenta en el cuadro 6.

Cuadro 6. Modelo de orden de producción

EMPRESA XXXX	
ORDEN DE PRODUCCIÓN	
Fecha de pedido: / /	Fecha de entrega: / /
Cliente:	
Artículo:	
Cantidad:	
Especificaciones del artículo:.....	
Firmas responsables:	
<hr style="width: 20%; margin: auto;"/> Jefe de producción	

Sistema de costos por procesos: de acuerdo con García (2008), se establece este sistema porque la producción se desarrolla en forma continua e ininterrumpida, mediante una afluencia constante de materiales a los centros de costo productivos. La manufactura se realiza en grandes volúmenes de productos similares, a través de una serie de etapas de producción llamados procesos. Los costos de producción se acumulan para un periodo específico por departamento, por proceso o centro de costo.

Características del sistema de costos por procesos: para García (2019) el sistema de costos por procesos tiene las siguientes características:

- Producción de artículos homogéneos en grandes volúmenes.
- La corriente de producción es continua
- La transformación de los artículos se lleva a cabo a través de dos o más procesos.
- Los costos se registran y acumulan en la cuenta Producción en proceso, direccionándolos hasta cada centro de costos productivo (proceso o etapa).
- Cada centro de costos productivo tiene su codificación. Por lo tanto, todos sus costos incurridos se direccionan (cargan) al mismo y se acreditan con los costos de las unidades terminadas transferidas a otro centro de costos productivo o al almacén de artículos terminados.
- Las unidades equivalentes se usan para determinar el inventario final de producción en proceso, en términos de unidades totalmente terminadas al concluir un periodo de costos.
- Los costos unitarios se determinan por centro de costos productivo en cada periodo de costos.
- El costo unitario se incrementa a medida que los artículos fluyen a través de los centros de costo productivos. En el momento que los artículos dejan el último centro de costos productivo del proceso y son enviados al almacén de artículos terminados, se conoce el costo unitario total de los artículos terminados. Los

costos totales y unitarios de cada centro de costos productivo son agregados periódicamente, analizados y calculados a través del uso de informes de producción.

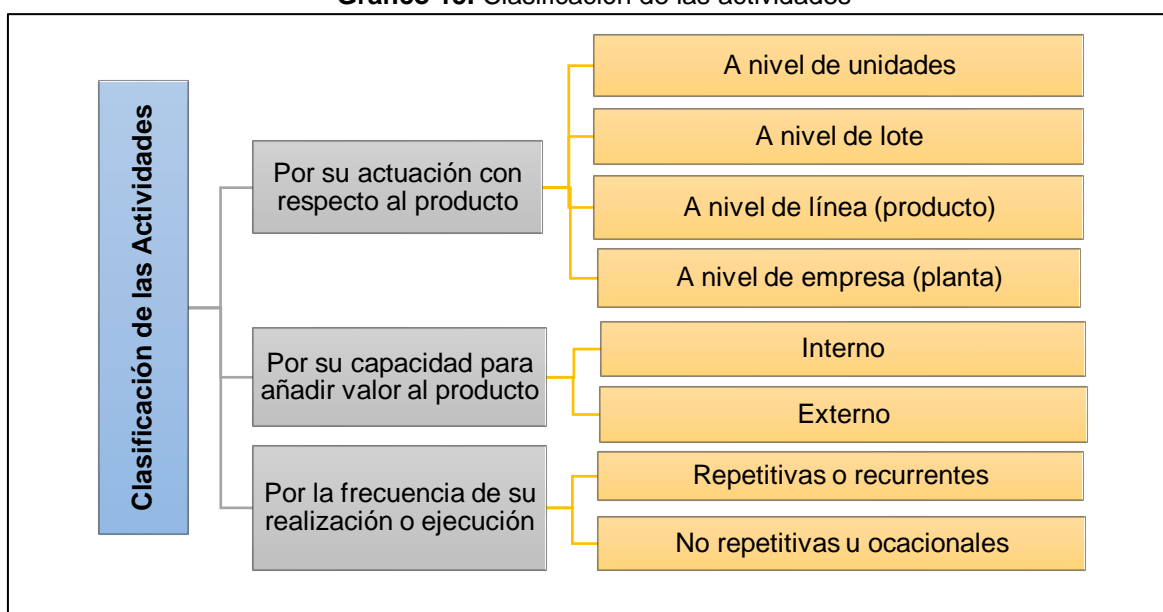
Sistema de costos basado en actividades: este sistema permite la asignación y distribución de los costos indirectos de acuerdo a las actividades realizadas, al identificar el origen del costo de la actividad, no solo para la producción sino también para la distribución y venta, que contribuye en la toma de decisiones sobre líneas de productos, segmentos de mercado y relaciones con los clientes (Cabrera, 2018).

Objetivos del sistema de costos A.B.C.: Cárcaba (2018) señala como objetivos del Sistema de Costos A.B.C. los siguientes:

- Producir información útil para establecer el costo del producto.
- Obtener información sobre los costos por líneas de producción.
- Hacer análisis ex post de la rentabilidad.
- Utilizar la información obtenida para establecer políticas de toma de decisiones de la dirección.
- Producir información que ayude a la gestión de los procesos productivos.

Clasificación de las actividades: las actividades de una empresa o industria se clasifican desde distintos puntos de vista de acuerdo a las necesidades de la empresa, tal como se muestra en el gráfico 15.

Gráfico 15. Clasificación de las actividades



Fuente: modificado a partir de Jiménez (2020)

1.4. Fundamentación legal

El presente proyecto de investigación necesita respaldarse en las leyes o normas legales ya sea del país Ecuador o a Nivel Mundial que son creadas o modificadas por instituciones o mandatarios que reglamentan el desarrollo económico y social; por lo cual este se desarrolla al tomar como base las normativas o artículos de jurisdicción que se despliegan a continuación:

Ley de Registro Único de Contribuyentes: la empresa PIXXEL PUBLICIDAD como una mediana empresa está regulada por la Ley del Registro Único de Contribuyentes Registro Oficial N° 398 Codificada al 12 de agosto de 2004, Capítulo I de las disposiciones generales: **Art. 3. De la inscripción obligatoria.** Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes.

Art. 4. De la inscripción. La inscripción a que se refiere el artículo anterior será solicitada por las personas naturales, por los mandatarios, representantes legales o representantes de entidades, organismos y empresas, sujetas a esta Ley, en las oficinas o dependencias que señale la administración preferentemente del domicilio fiscal del obligado. Las personas naturales o jurídicas que adquieran la calidad de contribuyentes o las empresas nuevas, obtienen su inscripción dentro de los treinta días siguientes al de su constitución o iniciación real de sus actividades, según el caso, y de acuerdo a las normas que se establezcan en el Reglamento.”

Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo: en la actualidad todas las empresas cumplen con parámetros primordiales que ayudan al buen desempeño y protección de sus empleados en las actividades que desempeñan, y de acuerdo al Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo, Decreto 2393, publicado en el registro oficial N° 249 el 3 de febrero de 1998 en donde dice:

Art. 1. Ámbito de aplicación. Las disposiciones del presente reglamento se aplicarán a toda actividad laboral y en todo centro de trabajo, al tener como objetivo la prevención, disminución o eliminación de los riesgos del trabajo y el mejoramiento del medio ambiente de trabajo. Además, nos indica que la empresa cumple con sus obligaciones como empleador para con sus trabajadores, como nos indica en el siguiente artículo: Art. 11. Obligaciones de los empleadores. Son obligaciones generales de los personeros de las entidades y empresas públicas y privadas, las siguientes:

1. Cumplir las disposiciones de este Reglamento y demás normas vigentes en materia de prevención de riesgos.
2. Adoptar las medidas necesarias para la prevención de los riesgos que afecten a la salud y al bienestar de los trabajadores en los lugares de trabajo de su responsabilidad.

3. Mantener en buen estado de servicio las instalaciones, máquinas, herramientas y materiales para un trabajo seguro.
4. Organizar y facilitar los Servicios Médicos, Comités y Departamentos de Seguridad, con sujeción a las normas legales vigentes.
5. Entregar gratuitamente a sus trabajadores vestido adecuado para el trabajo y los medios de protección personal y colectiva necesarios.
6. Efectuar reconocimientos médicos periódicos de los trabajadores en actividades peligrosas; y, especialmente, al sufrir dolencias o defectos físicos o se encuentren en estados o situaciones que no respondan a las exigencias psicofísicas de los respectivos puestos de trabajo.
7. Un trabajador, como consecuencia del trabajo, sufre lesiones o contraen una enfermedad profesional, dentro de la práctica de su actividad laboral ordinaria, según dictamen de la Comisión de Evaluaciones de Incapacidad del IESS o del facultativo del Ministerio de Trabajo, para no afiliados, el patrono lo ubicará en otra sección de la empresa, previo consentimiento del trabajador y sin mengua a su remuneración. La renuncia para la reubicación se considerará como omisión a acatar las medidas de prevención y seguridad de riesgos.
8. Especificar en el Reglamento Interno de Seguridad e Higiene, las facultades y obligaciones del personal directivo, técnicos y jefaturas medias, en orden a la prevención de los riesgos de trabajo.
9. Instruir sobre los riesgos de los diferentes puestos de trabajo y la forma y métodos para prevenirlos, al personal que ingresa a laborar en la empresa.
10. Dar formación en materia de prevención de riesgos, al personal de la empresa, con especial atención a los directivos técnicos y jefaturas medias, a través de cursos regulares y periódicos.

11. Adoptar las medidas necesarias para el cumplimiento de las recomendaciones dadas por el Comité de Seguridad e Higiene, Servicios Médicos o Servicios de Seguridad.
12. Proveer a los representantes de los trabajadores de un ejemplar del presente Reglamento y de cuantas normas relativas a prevención de riesgos sean de aplicación en el ámbito de la empresa. Así mismo, entregar a cada trabajador un ejemplar del Reglamento Interno de Seguridad e Higiene de la empresa, al dejar constancia de dicha entrega.
13. Facilitar durante las horas de trabajo la realización de inspecciones, en esta materia, tanto a cargo de las autoridades administrativas como de los órganos internos de la empresa.
14. Dar aviso inmediato a las autoridades de trabajo y al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, de los accidentes y enfermedades profesionales ocurridas en sus centros de trabajo y entregar una copia al Comité de Seguridad e Higiene Industrial.

Los procesos que realiza Pixxel Publicidad, son de alto riesgo, por ejemplo, usan soldadoras, subirse a lugares altos, carga pesada, por lo que es necesario la aplicación del Decreto 2393 en la empresa.

Ley orgánica de defensa del consumidor: la empresa “Pixxel Publicidad” esta consiente que ofrece a sus clientes productos de alta calidad e innovación en cada producto por eso está sujeta a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 116 del 10 de julio del 2000. Artículo 4. en sus numerales 2, 4 y 5, señala como derechos fundamentales del consumidor que proveedores públicos y privados le oferten bienes y servicios competitivos de óptima calidad y a elegirlos con libertad; a una información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, que incluye los riesgos

que presentarían; y, a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida.

Art. 47, de la ley referida en él, al considerar que el anterior dispone que el consumidor al adquirir determinados bienes o servicios mediante sistemas de crédito, el proveedor estará obligado a informarle en forma previa, clara y precisa sobre el precio al contado del bien o servicio materia de la transacción, el monto total correspondiente a intereses, la tasa a la que serán calculados, así como la tasa de interés moratoria y todos los demás recargos adicionales; el número, monto y periodicidad de los pagos a efectuar y la suma total a pagar por el referido bien o servicio.

CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

2.1. Definición de tipo y enfoque de investigación

Para coordinar y buscar la consecución de los objetivos determinados, se parte de un enfoque cuantitativo que permite incluir el cualitativo como herramienta de análisis. Según Bueno (2019) el enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos, es secuencial probatorio, es decir, cada etapa precede a la siguiente y parte de una idea que va acotándose. Este enfoque usa la recolección de datos para establecer resultados y seguir el camino a los objetivos planteados; se diferencia básicamente del enfoque cualitativo, el mismo analiza situaciones descritas al partir de la observación.

De acuerdo con Donoso et al. (2018), en un sentido amplio, la investigación cualitativa como aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable. Estos autores llegan a señalar las siguientes características propias de la investigación cualitativa:

- Es inductiva.
- El investigador ve al escenario y al escenario desde una perspectiva holística; las personas, los escenarios o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo.
- Los investigadores cualitativos son sensibles a los efectos que ellos mismos causan sobre las personas que son objeto de su estudio.
- Los objetos cualitativos tratan de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas.
- El investigador cualitativo suspende o aparta sus propias creencias, perspectivas y predisposiciones.
- Para el investigador cualitativo, todas las perspectivas son valiosas.
- Los métodos cualitativos son humanistas.

- Los investigadores cualitativos dan énfasis a la validez en su investigación.
- Para el investigador cualitativo, todos los escenarios y personas son dignos de estudio.
- La investigación cualitativa es un arte.

Según Herrera (2021) la investigación cualitativa es una categoría de diseños de investigación que extraen descripciones a partir de observaciones que adoptan las formas de entrevistas, narraciones, notas de campo, grabaciones, transcripciones de audio y video, archivos, registros escritos de todo tipo, fotografías o películas y artefactos.

La mayor parte de los estudios cualitativos están preocupados por el entorno de los acontecimientos y centran su indagación en aquellos contextos naturales, o tomados tal y como se encuentran, más que reconstruidos o modificados por el investigador, en los que los seres humanos se implican e interesan, evalúan y experimentan directamente.

Modalidad de investigación

La investigación descriptiva según Muguira (2022), los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes del grupo o conjunto de datos que van a ser analizados. Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

Investigación bibliográfica: según Palella y Martins (2019) la investigación bibliográfica realizados de forma independiente o como parte de la investigación de campo, esta constituye medio de información por excelencia, constituye la investigación propiamente dicha. Tiene como objeto encontrar respuestas y para tal fin se utilizan los documentos, los mismos que luego de la lectura de reconocimiento, permitirán encontrar aquellos que sean de interés del tema, también anota las referencias bibliográficas.

Investigación de campo: según Hernández et al. (2016), las técnicas de investigación de campo tienen como finalidad recoger y registrar de forma ordenada datos relativos al tema y equivalen por tanto a instrumentos de observación controlada. Son aquellos procedimientos específicos utilizados por una ciencia determinada que permiten ejecutar las operaciones de interés dentro de la investigación.

Técnicas e instrumentos de investigación

Dentro de este tipo de investigación, se aplica una encuesta, en la que los individuos de la población responden por escrito preguntas específicas, diseñadas con el fin de recolectar la información necesaria.

Población y muestra

Población

Según Hernández (2010): la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones. Para la presente investigación, la población está representada por 7 personas pertenecientes a las áreas de Gerencia, Contable, Diseño y Taller, tal como se presenta en la tabla 6.

Tabla 6. Población

N°	Nombre	Cargo
1	Israel Galarza	Gerente-propietario
2	Diana Sánchez	Contadora
3	Maximiliano Munckel	Diseñador
4	Ulfredo Borja	Operador
5	David Borja	Operador
6	Franklin Díaz	Operador
7	Richie Díaz	Operador

Fuente: registro de colaboradores de Pixxel Publicidad – Brito 2023

En la presente investigación no se aplica ningún tipo de muestreo, se toma en cuenta al total de la población debido a su reducido número, el mismo que permite claramente la aplicación de la encuesta a todos sus miembros.

2.2. Recolección de información

Para el presente trabajo, se utilizó la información disponible de la empresa Pixxel Publicidad, datos concretos de costos de materiales, cálculo del precio de los productos, distribución y cómo lleva el control de los trabajos o pedidos.

Información oportuna, clara y confiable de todas las áreas de la empresa que están involucradas en el giro del negocio.

Técnicas e instrumentos

Para establecer un diagnóstico apegado a la realidad de la empresa se ha realizado una encuesta al personal que conforma la empresa (7 personas) y una entrevista a Gerencia y Contabilidad, como se mencionó en la determinación de la muestra.

El instrumento utilizado para la investigación fue el cuestionario estructurado con preguntas cerradas y abiertas para delimitar el objetivo de estudio. El cuestionario es un instrumento básico de la observación en la encuesta y en la entrevista. En el cuestionario se formula una serie de preguntas que permiten medir una o más variables. Posibilita observar los hechos a través de la valoración que hace de los mismos el encuestado o entrevistado, limitándose la investigación a las valoraciones subjetivas de éste.

La entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, así se realizó 5 preguntas claves para conocer la problemática de la empresa.

Mientras que la encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual conoce la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado.

2.3. Análisis e interpretación de resultados

Para la obtención de información se aplicó la entrevista al Sr. Gerente - Propietario de la Empresa Pixxel Publicidad cuyo formato se encuentra en el Anexo 1, de acuerdo con una base de preguntas contenido en un guion de cinco preguntas, con el cual se mantuvo un diálogo fluido con el entrevistado acerca de la gestión desarrollada en la empresa en relación a los costos que manejan en una empresa de publicidad, realizada en los últimos en el año 2022.

Análisis de la entrevista

La entrevista se realizó al Gerente de la empresa Pixxel Publicidad, el señor Israel Galarza, con las siguientes preguntas abiertas:

Pregunta 1. ¿Qué actividad realiza su empresa?

La empresa se dedica a ofrecer servicios publicitarios, así Vallas de Carreteras, material Pop, Rotulación, Impresión, actividades de imprenta.

Pregunta 2. ¿Cómo organiza las actividades de la empresa?

En esta parte tenemos un problema, es un poco imposible organizar todo lo que se hace y tener un control, son varios productos y actividades que se realizan. Tratamos de organizar mediante un programa donde anotamos las tareas a realizar para descartarlas uno por uno. Pero se genera un problema al momento de facturar

muchas de las veces tenemos que revisar nuevamente para ver lo que se hizo, se pierde mucho tiempo.

Pregunta 3. ¿Qué persona se encarga de recoger lo que requiere el cliente?

Las personas encargadas de recibir las órdenes de trabajo son; mi persona y el diseñador puesto que estamos en contacto directo con el cliente.

Pregunta 4. ¿Está dispuesto a reestructurar el manejo de costos?

Si estoy dispuesto, es para beneficio de la empresa. Siempre los cambios son buenos.

Pregunta 5. ¿Cuentan con un sistema de costos para establecer precios?

No contamos, la mayoría de precios se ha establecido de acuerdo a la experiencia y muchas de las veces basada en la competencia.

Resultados de la encuesta

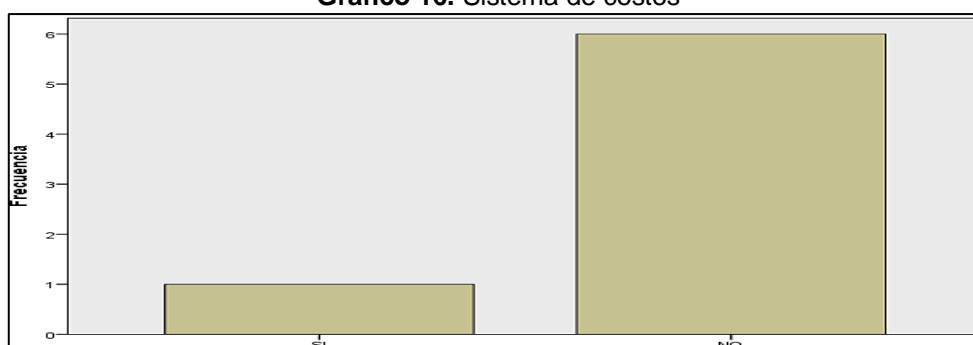
Pregunta 1. ¿Cuenta la empresa con un sistema de gestión de costos?

Tabla 7. Sistema de costos

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	1	14,3	14,3	14,3
Válidos No	6	85,7	85,7	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fuente: encuestas al personal de Pixxel Publicidad –Brito 2023

Gráfico 16. Sistema de costos



Fuente: encuestas al personal de Pixxel Publicidad –Brito 2023

Análisis e interpretación:

El 85,7% de personas encuestadas afirmaron que la empresa no cuenta con un sistema de costos, mientras que el 14,3% dicen que la empresa cuenta con uno.

Es decir la mayoría de los encuestados determinan que en la empresa no existe un sistema de costos que genere confianza para controlar y establecer información confiable, para tener claro los insumos que intervienen en el proceso de producción y conocer con certeza el precio de venta adecuado.

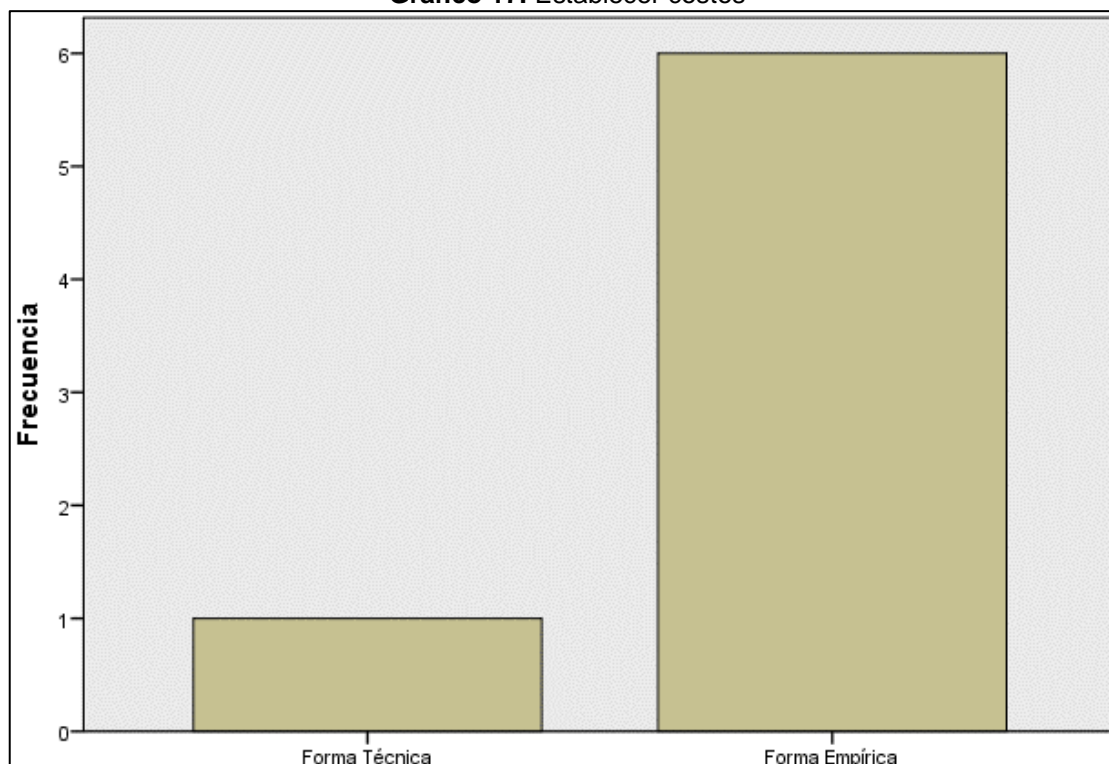
Pregunta 2. ¿De qué manera establecen los costos en la empresa “Pixxel Publicidad?”

Tabla 8. Establecer costos

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Forma técnica	1	14,3	14,3	14,3
	Forma empírica	6	85,7	85,7	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Fuente: encuestas realizadas al personal de Pixxel Publicidad –Brito 2023

Gráfico 17. Establecer costos



Fuente: encuestas realizadas al personal de Pixxel Publicidad –Brito 2023

Análisis e interpretación

Un primer 14,3% del total contestó que los costos se establecen de manera técnica, pero por otro lado el 85,7% asegura que se establecen de manera empírica.

Lo que indica, que los costos se generan de manera empírica, es decir no se cuenta con un proceso sistemático para conocer el costo real, lo que, lejos de favorecer el desarrollo de la empresa, genera muchos inconvenientes, los mismos que se corrigen antes que el problema se torne irreversible.

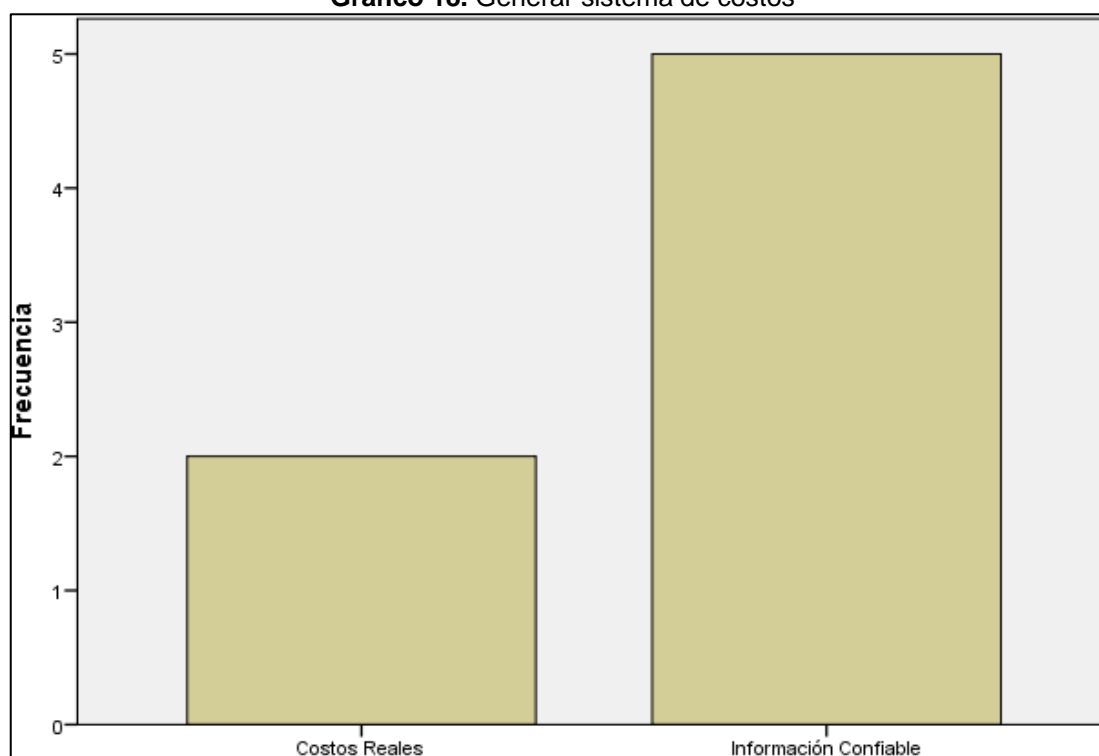
Pregunta 3. ¿Qué genera un sistema de costos?

Tabla 9. Sistema de costos

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Costos reales	2	28,6	28,6	28,6
	Información confiable	5	71,4	71,4	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Fuente: encuestas realizadas al personal de Pixxel Publicidad – Brito 2023

Gráfico 18. Generar sistema de costos



Fuente: encuestas al personal de Pixxel Publicidad – Brito 2023

Análisis e interpretación

Para un 28,6% un sistema de costos permite generar en la empresa costos reales pero para el 71,4%, lo que genera un sistema de costos dentro de la empresa es información confiable.

En general, para los encuestados un sistema de costos a la empresa le permite generar información confiable para efectuar una eficiente toma de decisiones, lo que además facilita el manejo de datos e información de forma confiable y en el momento que se lo requiera.

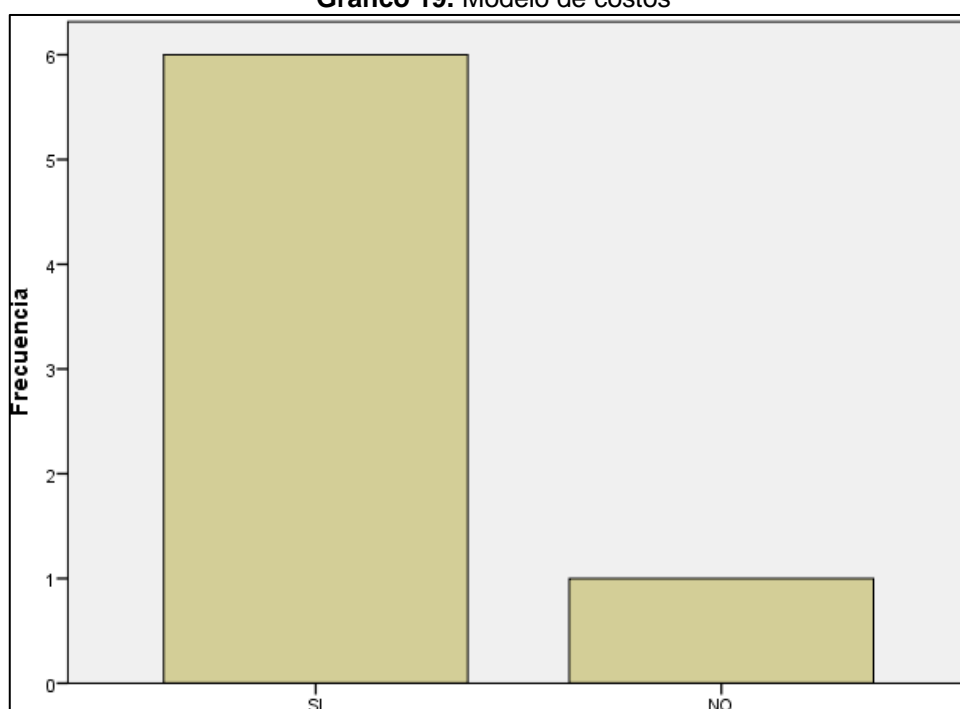
Pregunta 4. ¿Considera usted que es importante manejar un modelo de costos?

Tabla 10. Modelo de costos

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Sí	6	85,7	85,7	85,7
No	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fuente: encuestas al personal de Pixxel Publicidad – Brito 2023

Gráfico 19. Modelo de costos



Fuente: encuestas al personal de Pixxel Publicidad – Brito 2023

Análisis e interpretación

Para la mayoría de los encuestados que representan el 85,7% considera que si es importante implementar un modelo de costos, mientras que el 14,3% restante afirma que esto no es de importancia.

Así, los encuestados señalan, que si es importante implementar un modelo de costos dentro de la empresa para tener un mayor control en los mismos y por ende una adecuada fijación de precios, de modo, que su implementación constituye un aspecto fundamental del proceso de planificación y por ende de los procesos que garantizan una adecuada gestión.

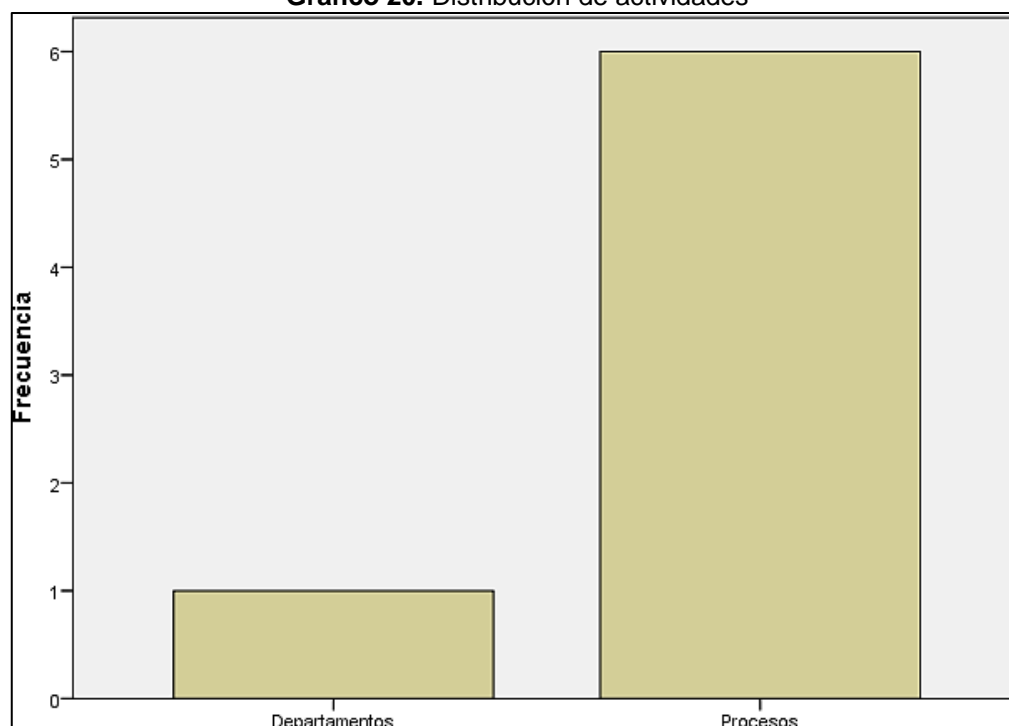
Pregunta 5. ¿Los elementos y actividades de la empresa están distribuidos por?

Tabla 11. Distribución de actividades

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Departamentos	1	14,3	14,3	14,3
	Procesos	6	85,7	85,7	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Fuente: encuestas al personal de Pixxel Publicidad – Brito 2023

Gráfico 20. Distribución de actividades



Fuente: encuestas al personal de Pixxel Publicidad – Brito 2023

Análisis e interpretación

Para el 14,3% de los encuestados las actividades del negocio están distribuidos por Departamentos, pero el 85,7% manifiesta que lo hacen mediante procesos.

Así, la mayoría de encuestados concuerda que la empresa distribuye sus actividades mediante procesos para organizar y controlar los recursos, para cumplir con el pedido, dentro de los plazos y las condiciones señaladas, con lo cual, se genera la eliminación de problemas de rentabilidad y guiar a la empresa a alcanzar su metas y objetivos.

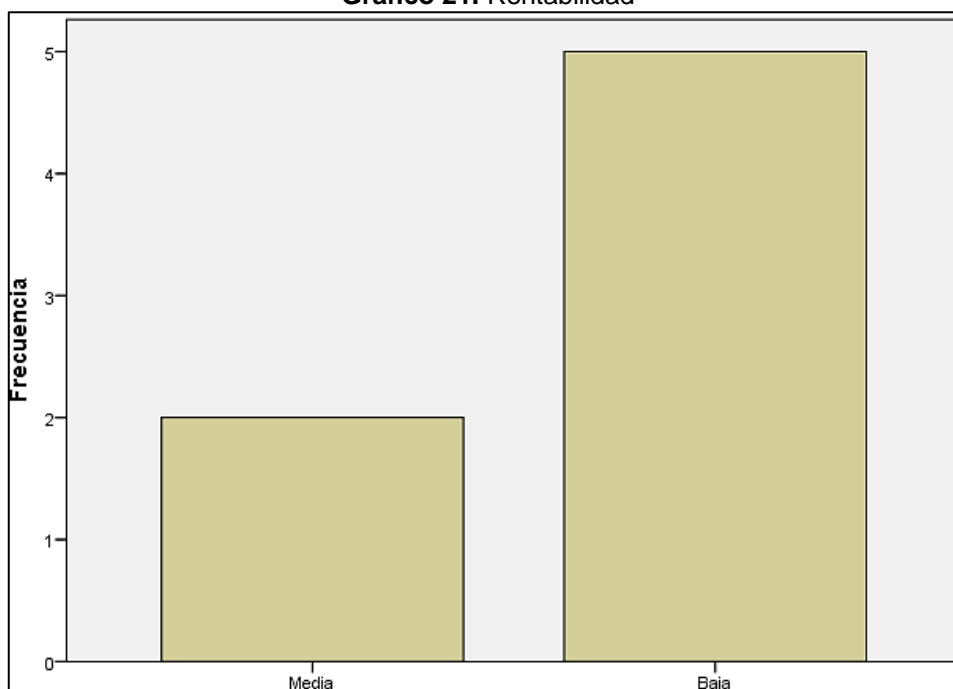
Pregunta 6. ¿Cómo califica la rentabilidad de la empresa?

Tabla 12. Rentabilidad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Media	2	28,6	28,6	28,6
Baja	5	71,4	71,4	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fuente: encuestas al personal de Pixxel Publicidad – Brito 2023

Gráfico 21. Rentabilidad



Fuente: encuestas al personal PIXXEL PUBLICIDAD – Brito 82023

Análisis e interpretación:

Un 28,6% de los encuestados estableció que la rentabilidad es media, mientras un 74,4% calificó a la Rentabilidad de baja.

Los resultados obtenidos indican así, que la rentabilidad de la empresa es baja, debido a que no existe una adecuada estructura administrativa y contable que permita generar confianza, no solo con el cliente externo, sino también con los colaboradores de la empresa que tienen la certeza de cumplirlo, al realizar una tarea bien hecha con los protocolos y las normas bien definidas, para la toma de decisiones oportuna.

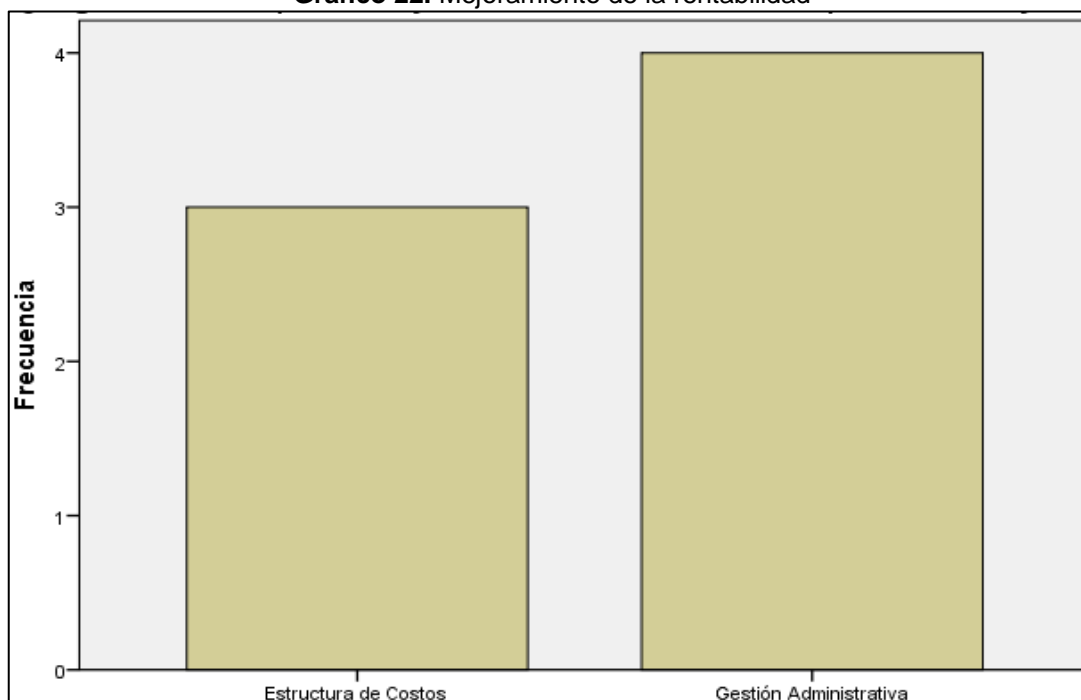
Pregunta 7. ¿Según su criterio para el mejoramiento de la rentabilidad que factor influye?

Tabla 13. Mejoramiento de la rentabilidad

	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Estructura de costos	3	42,9	42,9	42,9
	Gestión administrativa	4	57,1	57,1	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Fuente: encuestas al personal de Pixxel Publicidad – Brito 2023

Gráfico 22. Mejoramiento de la rentabilidad



Fuente: encuestas realizadas al personal de Pixxel Publicidad – Brito 2023

Análisis e interpretación:

Con el 42,9% del total de encuestados la estructura de costos es el factor del que depende el mejoramiento de la rentabilidad, mientras que para el 57,1% el factor es la gestión administrativa.

La mayoría se pronuncia por el factor de la gestión administrativa para que la rentabilidad mejore es una buena opción, así se establecen políticas y medios que ayuden a la empresa. Además, se encarga de generar procesos que conduzcan a la formación de ventajas competitivas sostenibles.

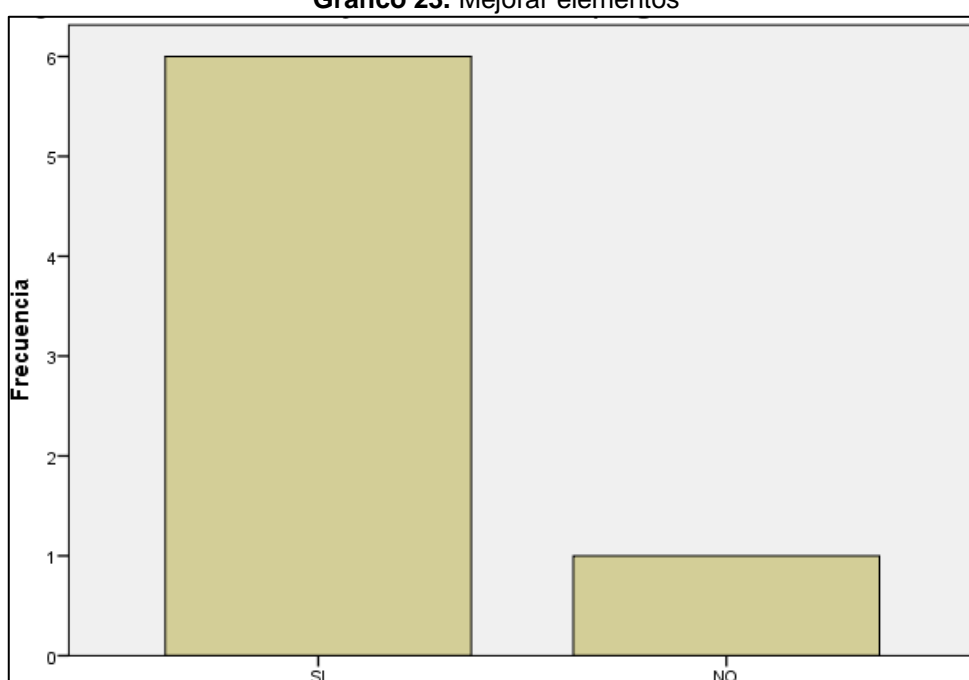
Pregunta 8. ¿Considera necesario mejorar los elementos que generan la rentabilidad?

Tabla 14. Mejorar elementos

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Sí	6	85,7	85,7	85,7
No	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fuente: encuestas al personal de Pixxel Publicidad –Brito 2023)

Gráfico 23. Mejorar elementos



Fuente: encuestas al personal de Pixxel Publicidad –Brito 2023)

Análisis e interpretación:

La mayoría de los encuestados representados por el 85,7% afirman que si es necesario mejorar los elementos que generan la rentabilidad, en tanto que el 14,3% considera que no es necesario mejorarlos.

Queda claro que para la empresa si es necesario mejorar los elementos que generan rentabilidad que permitan establecer un cambio dentro de la empresa para producir beneficios. Su misión es proporcionar información útil sobre los costos de producción de los productos para que los directivos tomen decisiones.

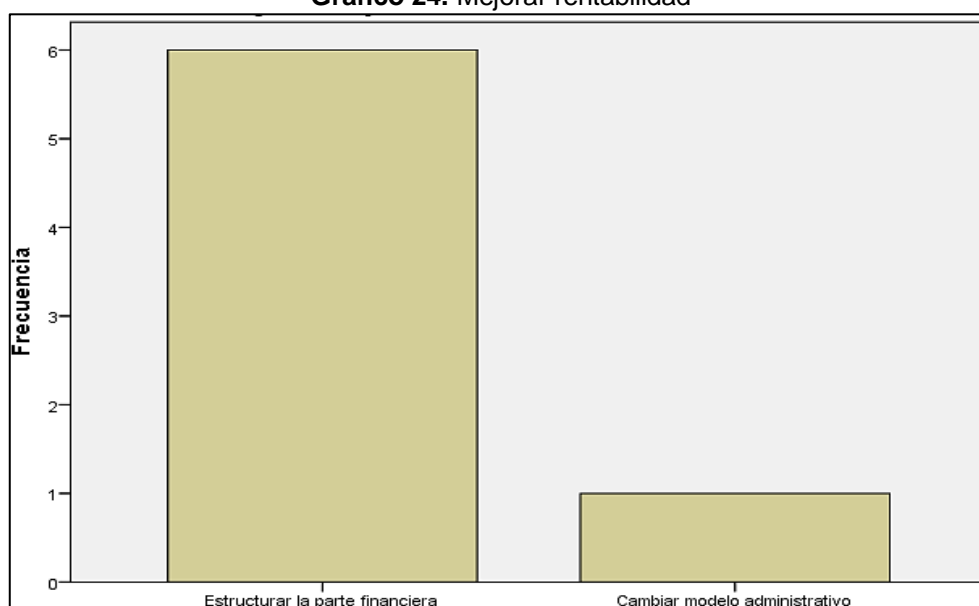
Pregunta 9. ¿Para mejorar la Rentabilidad se procede a?

Tabla 15. Mejorar rentabilidad

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Estructurar la parte financiera	6	85,7	85,7	85,7
	Cambiar modelo administrativo	1	14,3	14,3	100,0
Total		7	100,0	100,0	

Fuente: encuestas al personal de Pixxel Publicidad –Brito 2023)

Gráfico 24. Mejorar rentabilidad



Fuente: encuestas al personal de Pixxel Publicidad –Brito 2023)

Análisis e interpretación:

El 85,7% de los encuestados respondió que para mejorar la rentabilidad es necesario cambiar la estructura financiera, mientras que para el 14,3% cree que es mejor cambiar el modelo administrativo.

Entonces, se establece que para mejorar la rentabilidad de la empresa es importante cambiar la estructura financiera al generar datos reales para que sea notable el desarrollo y crecimiento de la organización, lo que satisface simultáneamente las necesidades de información de terceros y directivos de empresas.

CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Modelo de gestión de costos para la empresa Pixxel Publicidad para la fijación de precios reales

Propuesta de la investigación

Antecedentes de la empresa Pixxel

En Ambato, en el año 2004 nace Pixxel con la dirección del Sr. Williams Israel Galarza Naranjo, que en sus inicios prestaba servicios de diseño gráfico y por medios de terceros realizaba todo lo referente a imprenta brinda un servicio más amplio; poco a poco se extendió y ganó una cartera de clientes fuertes, quienes serían el sustento y progreso de la empresa.

Con el objetivo de cubrir todas las necesidades y las expectativas del mercado se amplía la línea de servicios y se crea un taller de producción para la ejecución de estructuras metálicas, vallas de carretera y rotulación, para complementar se adquiere la maquinaria necesaria y así brindar productos y servicios de calidad, en lo que se refiere a la parte publicitaria y gráfica.

Capacidad empresarial

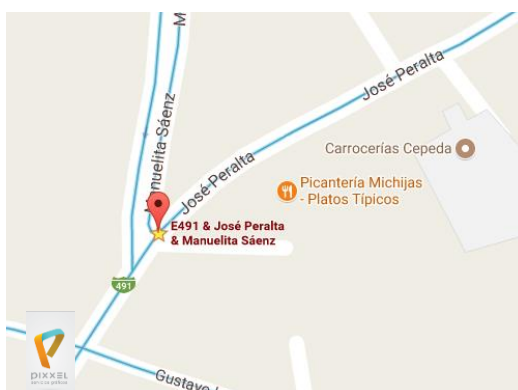
La empresa tiene una capacidad a nivel nacional puesto que ofrece un servicio integrado, que va desde el diseño hasta un producto terminado, por ejemplo, la creación de un negocio necesita ser publicitado, para lo cual se requiere una línea gráfica que comienza con la creación de un logotipo y de ahí parte lo que es la papelería (*flyers*, afiches, tarjetas de presentación), rotulación (lona, letras en bloque) y valla publicitaria.

Logotipo



Datos Informativos

Dirección: Av. Manuela Sáenz y José Peralta (esquina).



Teléfonos de Contacto: 03 2 585423 / 0984055653

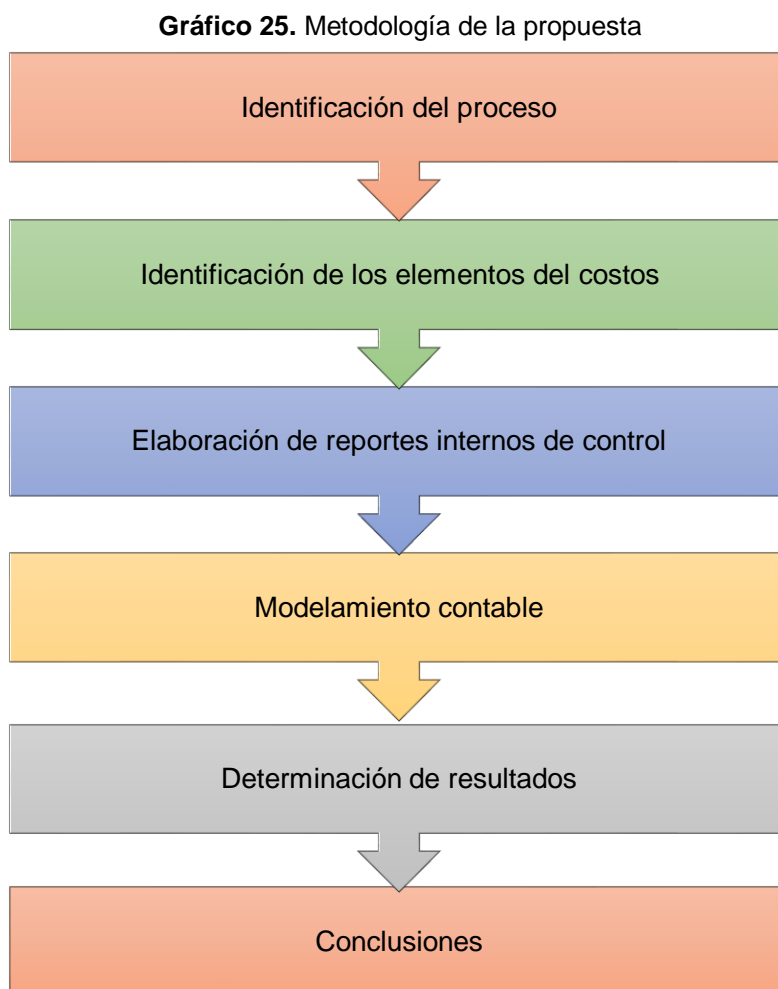
Justificación

A medida que se extiende el negocio o las actividades, crecen las necesidades y dificultades, por ello es necesario una adecuada administración, donde se detallen procesos que organicen las actividades que realizan, así mismo la parte contable es fundamental para registrar y controlar adecuadamente todos los costos y gastos que se generan, para conocer si el negocio obtiene resultados positivos que ayude a continuar con el servicio a la sociedad.

Es fundamental centrarse en estas dos partes para que la empresa surja de manera adecuada, al solucionar problemas actuales y evitarlos a futuro.

Metodología

La metodología a utilizar para desarrollar la propuesta del proyecto de investigación se establece en el gráfico 25.

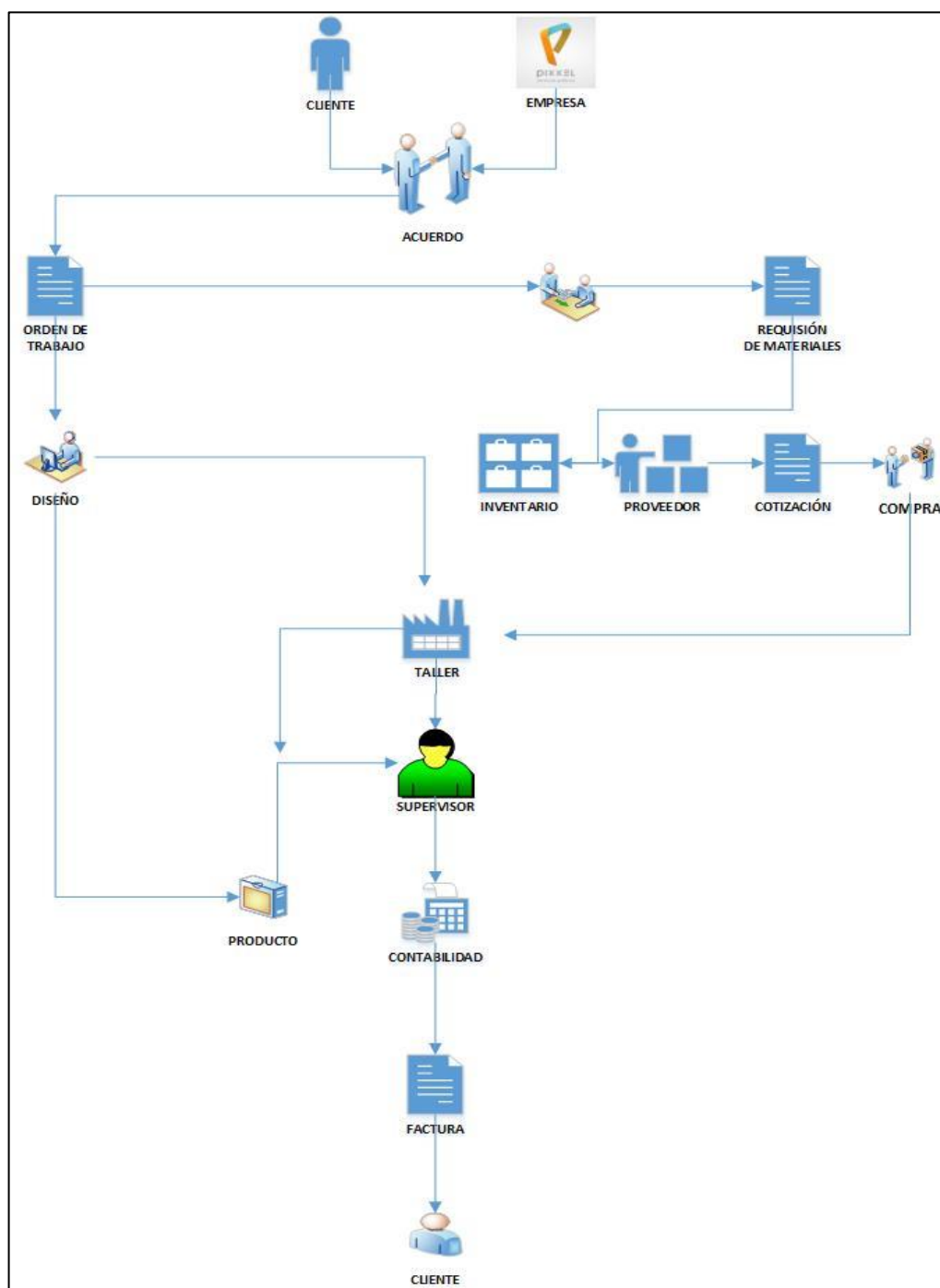


Fuente: etapas de desarrollo de la propuesta – Brito (2023)

3.2. Identificación de procesos

Pixxel Publicidad, realiza su proceso de producción que comienza con el acuerdo entre el cliente y pasa por los diferentes departamentos, Diseño, Talle y Contabilidad, como se muestra en el gráfico 26.

Gráfico 26. Proceso general



Fuente: proceso de elaboración de la propuesta – Brito (2023)

A continuación se detallan los diferentes procesos que se dan dentro de la empresa: el primero como se muestra en el cuadro 7, comienza con el acuerdo entre cliente y empresa, cuyo requerimiento necesita del departamento de diseño y de taller; por ejemplo el cliente necesita la creación de un logo y la rotulación para su negocio, con señaléticas, gigantografías y otros productos publicitarios.

Cuadro 7. Proceso diseño y taller

Proceso	Documentos	Responsable	Departamento
		Cliente	
	Medios Informativos	Ing. Williams Israel Galarza Naranjo Lic. Cecilia Naranjo Miranda	Gerencia Administrativo -
	Solicitud de trabajo	Ing. Williams Israel Galarza Naranjo Lic. Cecilia Naranjo Miranda	Gerencia Administrativo -
	Cotización	Diana Sánchez Ing. Israel Galarza	Contabilidad Gerencia -
	Orden de Trabajo	Ing. Maximiliano Munckel Sr. Ulfrédo Borja	Diseño - Producción
		Ing. Maximiliano Munckel Sr. Ulfrédo Borja	Diseño Producción
	Factura Ingreso de Caja - Bancos	Ing. Diana Sánchez	Contabilidad

Fuente: etapas de proceso, diseño y taller de la propuesta – Brito (2023)

El cuadro 8, describe el segundo proceso donde requiere solo del Departamento de Diseño, porque el cliente necesite el diseño de un afiche, un *flyer*, tarjetas de presentación y creación de una marca corpórea.

Cuadro 8. Proceso diseño

Proceso	Documentos	Responsable	Departamento
		Cliente	
	Medios Informativos	Ing. Williams Israel Galarza Naranjo Lic. Cecilia Naranjo Miranda	Gerencia Administrativo -
	Solicitud de trabajo	Ing. Williams Israel Galarza Naranjo Lic. Cecilia Naranjo Miranda	Gerencia Administrativo -
	Cotización	Diana Sánchez Ing. Israel Galarza	Contabilidad Gerencia -
	Orden de Trabajo	Ing. Maximiliano Munckel Sr. Ulfrédo Borja	Diseño - Producción
		Ing. Maximiliano Munckel	Diseño
	Factura Ingreso de Caja – Bancos	Ing. Diana Sánchez	Contabilidad

Fuente: etapas de proceso, diseño y taller de la propuesta – Brito (2023)

El tercer proceso que sucede dentro de la empresa, es que no requiera del departamento de Diseño y pase directamente a Taller y Contabilidad, este caso ocurre al brindar servicio de taller a otros diseñadores o si el cliente tenga su propio diseño, lo que se detalla en el cuadro 9.

Cuadro 9. Proceso taller

Proceso	Documentos	Responsable	Departamento
		Cliente	
	Medios Informativos   	Ing. Williams Israel Galarza Naranjo Lic. Cecilia Naranjo Miranda	Gerencia Administrativa -
	Solicitud de trabajo	Ing. Williams Israel Galarza Naranjo Lic. Cecilia Naranjo Miranda	Gerencia Administrativa -
	Cotización	Diana Sánchez Ing. Israel Galarza	Contabilidad - Gerencia
	Orden de Trabajo	Ing. Maximiliano Munckel Sr. Ulfredo Borja	Diseño - Producción
		Sr. Ulfredo Borja	Producción
	Factura		
	Ingreso de Caja-Bancos	Ing. Diana Sánchez	Contabilidad

Fuente: etapas de proceso, diseño del taller – Brito (2023)

Identificación de los elementos del costo

Para la identificación de los elementos del costo es necesario especificar los servicios y productos que ofrece la empresa Pixxel Publicidad; dividido en tres líneas: servicio de Diseño, Plotter (impresión) y Taller (Rotulación) los mismos que se encuentran en el cuadro 10.

Cuadro 10. Productos Pixxel

PRODUCTOS & SERVICIOS		
<p>CREACIÓN LOGO (Marca)</p> 	<p>DISEÑO ARTES (Flyers, Afiches, Tarjetas)</p> 	
<p>LONA PUBLICITARIA IMPRESA (Gigantopinturas)</p> 	<p>MICROPERFORADO IMPRESO</p> 	<p>ADHESIVO IMPRESO</p> 
<p>ESTRUCTURA (Marco de Tubo)</p> 	<p>ESTRUCTURA+LONA</p> 	<p>RÓTULO LUMINOSO</p> 
<p>SEÑALÉTICAS EN SINTRA</p> 	<p>AFICHE ENROLLABLE</p> 	<p>NOTA: Siendo estos los productos más frecuentes, que ofrece Pixxel Publicidad</p>

Fuente: etapas de proceso, diseño del taller – Brito (2023)




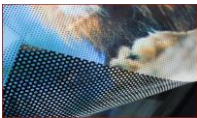

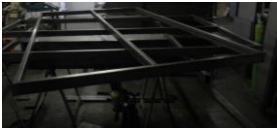




Una vez conocido los servicios y productos que se ofrece, identificaremos los elementos de los costos de cada uno de los ítems, así comenzamos por el primer elemento al ser este la Materia Prima.

Materia prima

Para el siguiente estudio se va a identificar los elementos que conforman el costo de los productos expuestos, iniciamos con la identificación de la materia prima, la misma que es Directa como Indirecta, entendiéndose por Materia Prima Directa - MPD todo aquello en el que se ejerce una labor para transformar en un producto terminado (lo que es fácil de identificar) y Materia Prima Indirecta - MPI, lo que es necesario para terminar un producto (lo que es poco identificable).

La Tabla 16 establece para cada producto la materia prima tanto directa como indirecta que utiliza; no todos los productos cuentan con los dos tipos de materia prima, es posible que solo utilice uno de ellos. Por ejemplo el cliente desea la creación de un logotipo y para ello solo es necesario de la Mano de Obra Directa que vendría a ser el Diseñador y este a su vez para realizar su producto necesita de material extra, como lápiz, hoja, computadora, internet y teléfono que conforman los CIF.

Cuadro 11. Materia prima











PRODUCTO	MPD	MPI
CREACIÓN LOGO (Marca) 		Lápiz + Hoja Bond
DISEÑO ARTES (Flyers, Afiches, Tarjetas) 		Lápiz + Hoja Bond
LONA PUBLICITARIA IMPRESA (Gigantografías) 	Lona 13 onzas	Tintas EPSON (Amarillo, Azul, Rojo y Negro) + Lápiz + Hoja Bond
MICROPERFORADO IMPRESO 	Microperforado	Tintas EPSON (Amarillo, Azul, Rojo y Negro) + Lápiz + Hoja Bond
ADHESIVO IMPRESO 	Vinil Arclad BB	Tintas EPSON (Amarillo, Azul, Rojo y Negro) + Lápiz + Hoja Bond
ESTRUCTURA (Marco de Tubo) 	Tubo Cuadrado de 1 1/4 *1.5	Sueldas + Sellador + Pintura
ESTRUCTURA+LONA 	Tubo Cuadrado de 1 1/4 *1.5 + Lona 13 onzas	Sueldas + Sellador + Pintura + Tintas EPSON + Lápiz + Hoja Bond
SEÑALÉTICAS EN SINTRA 	Vinil Arclad BB+ Sintra de 3mm	Tintas EPSON (Amarillo, Azul, Rojo y Negro) + Lápiz + Hoja Bond
ROLL UPS 	Roll ups en aluminio de 2*0,8 + Lona 13 onzas	Tintas EPSON + Cinta doble faz + Lápiz + Hoja Bond
CAJA DE LUZ 	Tubo Cuadrado de 1 1/4 *1.5 + Panaflex+ Lámparas	Sueldas + Sellador + Pintura + Isarcol + Tintas EPSON + Lápiz + Hoja Bond

Fuente: se establece para cada producto la materia prima tanto directa como indirecta que utiliza – Brito (2023)

Costos indirectos de fabricación

Por último identificamos el tercer elemento, los Costos indirectos de fabricación – CIF, que son todos los gastos que ayudan a la realización eficaz del producto o servicio, así tenemos la luz, internet, agua, depreciación, mantenimiento, como se indica en el cuadro 12.

Cuadro 12. Costos indirectos de fabricación

PRODUCTO	CIF
CREACIÓN LOGO (Marca) 	Energía Eléctrica + Internet + Depreciación + Arriendo + Teléfono
DISEÑO ARTES (Flyers, Afiches, Tarjetas) 	Energía Eléctrica + Internet + Depreciación + Arriendo + Teléfono
LONA PUBLICITARIA IMPRESA (Gigantografías) 	Energía Eléctrica + Internet + Depreciación + Arriendo + Teléfono
MICROPERFORADO IMPRESO 	Energía Eléctrica + Internet + Depreciación + Arriendo + Teléfono
ADHESIVO IMPRESO 	Energía Eléctrica + Internet + Depreciación + Arriendo + Teléfono
ESTRUCTURA (Marco de Tubo) 	Energía Eléctrica+ Arriendo + Agua
ESTRUCTURA+LONA 	Energía Eléctrica + Internet + Depreciación + Arriendo + Teléfono + Agua
SEÑALÉTICAS EN SINTRA 	Energía Eléctrica + Internet + Depreciación + Arriendo + Teléfono + Agua
ROLL UPS 	Energía Eléctrica + Internet + Depreciación + Arriendo + Teléfono
CAJA DE LUZ 	Energía Eléctrica + Internet + Depreciación + Arriendo + Teléfono + Agua

Fuente: se establece para cada producto el costo indirecto de fabricación – Brito (2023)

En el cuadro 13 se juntan los tres elementos del costo que se utilizan en cada producto ofrecido por la empresa Pixxel Publicidad.

Cuadro 13. Elementos del costo

PRODUCTO	MPD	MPI	MOD	MOI	CIF
CREACIÓN LOGO (Marca) 		Lápiz + Hoja Bond	Diseñador		Energía Eléctrica + Internet + Depreciación + Arriendo + Teléfono
DISEÑO ARTES (Flyers, Afiches, Tarjetas) 		Lápiz + Hoja Bond	Diseñador		Energía Eléctrica + Internet + Depreciación + Arriendo + Teléfono
LONA PUBLICITARIA IMPRESA (Gigantografías) 	Lona 13 onzas	Tintas EPSON (Amarillo, Azul, Rojo y Negro) + Lápiz + Hoja Bond	Diseñador	Operario 3	Energía Eléctrica + Internet + Depreciación + Arriendo + Teléfono
MICROPERFORADO IMPRESO 	Microperforado	Tintas EPSON (Amarillo, Azul, Rojo y Negro) + Lápiz + Hoja Bond	Diseñador	Operario 3	Energía Eléctrica + Internet + Depreciación + Arriendo + Teléfono
ADHESIVO IMPRESO 	Vinil Arclad BB	Tintas EPSON (Amarillo, Azul, Rojo y Negro) + Lápiz + Hoja Bond	Diseñador	Operario 3	Energía Eléctrica + Internet + Depreciación + Arriendo + Teléfono
ESTRUCTURA (Marco de Tubo) 	Tubo Cuadrado de 1 1/4 *1.5	Sueldas + Sellador + Pintura	Operario 1	Operario 4	Energía Eléctrica+ Arriendo + Agua
ESTRUCTURA+LONA 	Tubo Cuadrado de 1 1/4 *1.5 + Lona 13 onzas	Sueldas + Sellador + Pintura + Tintas EPSON + Lápiz + Hoja Bond	Diseñador + Operario 1		Energía Eléctrica + Internet + Depreciación + Arriendo + Teléfono + Agua
SENALETICAS EN SINTRA 	Vinil Arclad BB+ Sintra de 3mm	Tintas EPSON (Amarillo, Azul, Rojo y Negro) + Lápiz + Hoja Bond	Diseñador	Operario 3	Energía Eléctrica + Internet + Depreciación + Arriendo + Teléfono + Agua
AFICHE ENROLLABLE 	Roll ups en aluminio de 2*0,8 + Lona 13 onzas	Tintas EPSON + Cinta doble faz + Lápiz + Hoja Bond	Diseñador	Operario 4	Energía Eléctrica + Internet + Depreciación + Arriendo + Teléfono
RÓTULO LUMINOSO 	Tubo Cuadrado de 1 1/4 *1,5 + Panaflex+ Lámparas	Sueldas + Sellador + Pintura + Isarcol + Tintas EPSON + Lápiz + Hoja Bond	Diseñador + Operario 1 y 2	Operario 4	Energía Eléctrica + Internet + Depreciación + Arriendo + Teléfono + Agua

Fuente: se establece para cada producto los tres elementos del costo – Brito (2023)

3.3. Elaboración de reportes de control interno

Para un adecuado control dentro de la empresa es necesario establecer ciertos formatos que ayuden a la evaluación y registro de todas las actividades y procesos que se dan, tal como se muestra en el cuadro 14.

Cuadro 14. Control interno de los elementos del costo


Reportes de control interno		
Materia Prima	Mano de Obra	CIF
Requisición de materiales Kárdex Inventarios	Rol de pagos Tarjeta reloj	Hoja de depreciación Cronograma de mantenimiento Factura consumo servicios básicos

Fuente: se definen los elementos del costo – Brito (2023)


Se pone a consideración los formatos expuestos:

Materia prima:

Requisición de materiales

PIXXEL PUBLICIDAD		REQUISICIÓN DE MATERIALES			
N°----					
FECHA DE PEDIDO: / /		FECHA DE PEDIDO: / /			
DEPARTAMENTO:		RESPONSABLE:			
ORDEN DE TRABAJO N°					
OBSERVACIONES:					
.....					
Código	Unidad	Cantidad	Características / producto	Valor unitario	Valor total
Firmas responsables:					
_____			_____		

Tarjeta Kárdex

PIXXEL PUBLICIDAD									
TARJETA KARDEX									
MATERIAL:			CÓDIGO:			MÉTODO:			
CARACTERÍSTICAS:			CANT. MAX.			CANT. MIN.....			
									
Fecha	Detalle	Ingresos			Consumos		Existencias		
		Costo entrada	Cant.	Costos total	Cant.	Costo total	Cant.	Costo total	Costo salida

Inventario

Acta de Inventario en Existencia
PIXXEL PUBLICIDAD

En Ambato al..... , se efectuó el inventario de materiales, maquinaria y suministros, donde se encontró los siguientes resultados:

Materiales Taller:

Cantidad	Materia prima	Valor

Suministros:

Cantidad	Suministros	Valor

Equipo y maquinaria:

Cantidad	Equipo y maquinaria	Valor

Mano de obra:

Rol de pagos

ROL DE PAGOS						
TRABAJADOR		SUELDO	DESCUENTOS		TOTAL DST.	LÍQUIDO A RECIBIR
MO	NOMBRE		9,45%	ANT.		
INDIRE DIRECTA						
INDIRE						

PROVISIONES SOCIALES						
NOMBRE	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	FONDOS RESERVA	12,15% IESS	TOTAL

Tarjeta reloj

N° _____ F.22					1°	
Nombre: _____						
Hora	Mañana		Tarde		Entró	Salió
	Entró	Salió	Entró	Salió		
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
Total _____ Horas a \$ _____ Total \$ _____						

CIF:

- Hoja de Depreciación
- Cronograma de Mantenimiento
- Factura consumo servicios básicos

Modelamiento contable

El punto modular del estudio es establecer un Sistema adecuado de Costos para que la empresa registre y controle de forma eficaz y eficiente sus actividades de producción, además para que los costos sean adecuados al tomar en cuenta todos los elementos detallados anteriormente y fijar precios de venta adecuados.

Para comenzar en la tabla 16, se establece los costos de la Materia Prima, que transformar la unidad de medida a Metro Cuadrado, puesto que es más fácil establecer los costos de los productos, la impresión de lona, panaflex, adhesivo, microperforado y la elaboración de estructuras se cobra por metro cuadrado. Valores para realizar un metro cuadrado.

Tabla 16. Costo materia prima metro cuadrado




	MATERIAL	PRESENTACIÓN	MEDIDA	METRO CUADRADO	BASE IMPONIBLE	ASIGNACIÓN			
						VALOR MT2	UNIDAD	VALOR MT	VALOR CUARTO DE LTR
D	LONA 13 ONZAS	Rollo	50M X 1,60 M	80	112,00	1,40	-	-	-
I	VINIL ARCLAD BB	Rollo	50M X 1,62 M	81	158,00	1,95	-	-	-
R	LONA TRANSLUCIDA / PANAFLEX	Rollo	50M X 1,50 M	75	120,00	1,60	-	-	-
E	MICROPERFORADO	Rollo	50M X 1,50 M	75	315,00	4,20	-	-	-
C	PVC, SINTRA DE 3 MM	Plancha	2.44M X 1.22 M	2,98	16,00	5,37	-	-	-
T	TUBO CUADRADO	Unidad	6M		3,82	-	3,82	-	-
O	ROLL UPS ALUMINIO	Unidad	2M X 0,8 CM		17,86	-	17,86		
I N D I R E C T O	EPSON Yellow	Botella	1 LITRO	285	65,00	0,23	-	-	-
	EPSON Cyan	Botella	1 LITRO	285	65,00	0,23	-	-	-
	EPSON Magenta	Botella	1 LITRO	285	65,00	0,23	-	-	-
	EPSON Negra	Botella	1 LITRO	285	65,00	0,23	-	-	-
	CINTA DOBLE FAZ	Rollo	25 M		4,50	-	-	0,18	-
	PINTURA	Botella	1 LITRO		6,00	-	-	-	1,50
	SINTÉTICO	Botella	1 LITRO		7,00	-	-	-	1,75
	SUELDAS	Caja 12 Unidades			3,48	-	-	0,29	
	GALÓN TIÑER	Galón	3.7854118 LITROS		4,29	-	-	-	0,28
	GALON ISARCOL	Galón	3.7854118 LITROS		10,94	-	-	-	0,72
	TUBO FLOURESCENTE SILVANIA	Unidad	20W *60CM		1,60	-	1,60	-	
	PAPEL BOND	Resma	Unidad		4,50	-	0,01		
	LÁPICES	Caja 12 Unidades			3,50	-	0,29		

Fuente: se definen el costo de materia prima por metro cuadrado – Brito (2023)

En la tabla 17 se encuentran los valores correspondientes a los costos que representan en cada producto.

Tabla 17. Costo materia prima

PRODUCTO	MPD			MPI		
	Material	Unidad Medida	Costo	Material	Unidad Medida	Costo
CREACIÓN LOGO (Marca) 				Lápiz	Unidad	0,29
				Hoja Bond	Unidad	0,01
TOTAL COSTOS						0,30
DISEÑO ARTES (Flyers, Afiches, Tarjetas) 				Lápiz	Unidad	0,29
				Hoja Bond	Unidad	0,01
TOTAL COSTOS						0,30
LONA PUBLICITARIA IMPRESA (Gigantografías) 	Lona 13 onzas	Mt2	1,40	Tintas EPSON (4 Colores)	Ltr. X Mt2	0,91
				Lápiz	Unidad	0,29
				Hoja Bond	Unidad	0,01
TOTAL COSTOS						1,21
MICROPERFORADO IMPRESO 	Microperforado	Mt2	4,20	Tintas EPSON (4 Colores)	Ltr. X Mt2	0,91
				Lápiz	Unidad	0,29
				Hoja Bond	Unidad	0,01
TOTAL COSTOS						4,20
ADHESIVO IMPRESO 	Vinil Arclad BB	Mt2	1,95	Tintas EPSON (4 Colores)	Ltr. X Mt2	0,91
				Lápiz	Unidad	0,29
				Hoja Bond	Unidad	0,01
TOTAL COSTOS						1,95
ESTRUCTURA (Marco de Tubo) 	Tubo Cuadrado de 1 1/4 *1.5	Unidad	3,82	Sueldas	Unidad	0,29
				Sintético	1/4 Ltr.	1,75
				Tiñer	1/4 Ltr.	-
				Pintura	1/4 Ltr.	-
TOTAL COSTOS						3,82
ESTRUCTURA+LONA 	Tubo Cuadrado de 1 1/4 *1.5	Unidad	3,82	Sueldas	Unidad	0,29
				Sintético	1/4 Ltr.	1,75
				Pintura	1/4 Ltr.	1,50
				Tiñer	1/4 Ltr.	0,28
				Pegamento	1/4 Ltr.	0,72
	Lona 13 onzas	Mt2	1,40	Tintas EPSON (4 Colores)	Ltr. X Mt2	0,91
				Lápiz	Unidad	0,29
TOTAL COSTOS						0,01

			5,22			5,76
SEÑALÉTICAS EN SINTRA 	Vinil Arclad BB	Mt2	1,95	Tintas EPSON (4 Colores)	Ltr. X Mt2	0,91
				Lápiz	Unidad	0,29
	Sintra de 3mm	Mt2	5,37	Hoja Bond	Unidad	0,01
				7,33		
AFICHE ENROLLABLE 	Roll ups en aluminio de 2*0,8	Unidad	17,86	Tintas EPSON (4 Colores)	Ltr. X Mt2	0,91
				Lápiz	Unidad	0,29
	Lona 13 onzas	Mt2	2,24	Hoja Bond	Unidad	0,01
				Cinta Doble Faz	Mt	0,18
			20,10			1,39
RÓTULO LUMINOSO 	Tubo Cuadrado de 1 1/4 *1.5	Unidad	7,64	Sueldas	Unidad	0,58
				Tiñer	1/4 Ltr.	0,57
				Sintético	1/4 Ltr.	3,50
	Panaflex	Mt2	3,20	Pintura	1/4 Ltr.	3,00
				Pegamento	1/4 Ltr.	1,45
				Tintas EPSON (4 Colores)	Ltr. X Mt2	0,91
Lámparas	Unidad	-	Lápiz	Unidad	0,29	
			Hoja Bond	Unidad	0,01	
			10,84			10,30

Fuente: se detallan valores que corresponden para cada producto – Brito (2023)

Para la Mano de obra se realiza el respectivo rol de pagos como se muestra en la tabla 18, se encuentran los valores que le corresponde a cada trabajador

Tabla 18. Rol de pagos

ROL DE PAGOS											
TRABAJADOR		SUELDO	DESCUENTOS		TOTAL DST.	LÍQUIDO A RECIBIR	TOTAL PROVISIONES	TOTAL MO SUELDO + PROV. SOCIALES	HORAS TRABAJADAS	COSTO HORA	COSTO MINUTO
MO	NOMBRE		9,45%	ANT.							
DIRECTA	DISEÑADOR	500,00	47,25	-	47,25	452,75	196,17	696,17	160	4,35	0,07
	JEFE DE TALLER	500,00	47,25	-	47,25	452,75	196,17	696,17	160	4,35	0,07
	OPRERARIO 1	375,00	35,44	-	35,44	339,56	154,94	529,94	160	3,31	0,06
	OPRERARIO 2	375,00	35,44	-	35,44	339,56	154,94	529,94	160	3,31	0,06
	OPRERARIO 3	375,00	35,44	-	35,44	339,56	154,94	529,94	160	3,31	0,06
								2.982,15	800	18,64	0,31

PROVISIONES SOCIALES						
NOMBRE	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	FONDOS RESERVA	12,15% IESS	TOTAL
DISEÑADOR	41,67	31,25	20,83	41,67	60,75	196,17
JEFE DE TALLER	41,67	31,25	20,83	41,67	60,75	196,17
OPRERARIO 1	31,25	31,25	15,63	31,25	45,56	154,94
OPRERARIO 2	31,25	31,25	15,63	31,25	45,56	154,94
OPRERARIO 3	31,25	31,25	15,63	31,25	45,56	154,94

Fuente: se realiza el rol de pagos – Brito (2023)

Para determinar el costo de mano de obra en los productos y servicios que presta la empresa, se determina de acuerdo al tiempo que se demora, se va a transformar a la unidad de tiempo (minutos), como se presenta en la tabla 19.

Tabla 19. Costo mano de obra

PRODUCTO	MINUTOS MOD				MINUTOS MOD				TOTAL MINUTOS	COSTO
	DISEÑO	COSTO	TALLER	COSTO	IMPRESIÓN	COSTO	TERMINADOS	COSTO		
CREACIÓN LOGO (Marca)	120	8,70	0	-	0	-	0	-	120	8,70
DISEÑO ARTES (Flyers, Afiches, Tarjetas)	60	4,35	0	-	0	-	0	-	60	4,35
LONA PUBLICITARIA IMPRESA (Gigantografías)	60	4,35	0	-	20	1,10	0	-	80	5,46
MICROPERFORADO IMPRESO	60	4,35	0	-	20	1,10	0	-	80	5,46
ADHESIVO IMPRESO	60	4,35	0	-	20	1,10	0	-	80	5,46
ESTRUCTURA (Marco de Tubo)	0	-	45	3,26	0	-	0	-	45	3,26
ESTRUCTURA+LONA	60	4,35	45	3,26	20	1,10	20	1,10	145	9,82
SEÑALÉTICAS EN SINTRA	60	4,35	0	-	20	1,10	25	1,38	105	6,84
AFICHE ENROLLABLE	60	4,35	0	-	20	1,10	20	1,10	100	6,56
RÓTULO LUMINOSO	60	4,35	60	4,35	20	1,10	20	1,10	160	10,91

Fuente: detalle del costo de mano de obra – Brito (2023)

De acuerdo a datos proporcionados por el señor Gerente- Propietario, lo que produce mensualmente la empresa es lo que está expuesto en la tabla 20.

Tabla 20. Producción promedio al mes

PRODUCTO	UNIDAD MEDIDA	PRODUCCIÓN PROMEDIO MENSUAL
CREACIÓN LOGO (Marca)	Unidad	10
DISEÑO ARTES (Flyers, Afiches, Tarjetas)	Unidad	60
LONA PUBLICITARIA IMPRESA (Gigantografías)	Mtr2	800
MICROPERFORADO IMPRESO	Mtr2	160
ADHESIVO IMPRESO	Mtr2	160
ESTRUCTURA (Marco de Tubo)	Unidad	20
ESTRUCTURA+LONA	Unidad	43
SEÑALÉTICAS EN SINTRA	Unidad	50
ROLL UPS	Unidad	25
CAJA DE LUZ	Unidad	10

Fuente: descripción de producción promedio mensual – Brito (2023)

Estas cantidades serían las óptimas pero no siempre es así, puesto que influyen factores que interrumpen las actividades, por ejemplo feriados, falta de energía eléctrica, enfermedades o calamidades de los trabajadores, y en especial los pedidos de los clientes, si no hay clientes el trabajo reduce.

En la tabla 21 se establecen los tiempos que utilizan en los diferentes productos, asignándole un porcentaje; cabe recalcar que la empresa brinda muchos más servicios pero estos por lo general son los más comunes, es por ello que hay una diferencia significativa.

Tabla 21. Producción estimada mensual

PRODUCTO	UNIDAD MEDIDA	PRODUCCIÓN PROMEDIO MENSUAL			MINUTOS MENSUALES			TOTAL MINUTOS X UNIDAD			TOTAL MINUTOS MENSUALES			PORCENTAJE TIEMPO UTILIZADO		
		Mtr2	CANTIDAD	TOTAL MTR2	DISEÑO	TALLER	AUX	DISEÑO	TALLER	AUX	DISEÑO	TALLER	AUX	DISEÑO	TALLER	AUX
CREACIÓN LOGO (Marca)	Unidad	1	15	15	9600			120			1800			20,00%	0,00%	0,00%
DISEÑO ARTES (Flyers, Afiches, Tarjetas)	Unidad	1	120	120	9600			60			7200			80,00%	0,00%	0,00%
LONA IMPRESA DE 1,5X3	Mtr2	4,5	20	90			19200			20			400	0,00%	0,00%	9,51%
LONA IMPRESA DE 2,5X3	Mtr2	7,5	10	75												
LONA IMPRESA DE 3X4	Mtr2	12	15	180												
LONA IMPRESA DE 1X0,8	Mtr2	0,8	10	8												
LONA IMPRESA DE 1X1	Mtr2	1	12	12												
LONA IMPRESA DE 2X1,50	Mtr2	3	8	24												
LONA IMPRESA DE 2X3	Mtr2	6	10	60												
MICROPERFORADO IMPRESO	Mtr2		40	0			19200			20			800	0,00%	0,00%	19,02%
ADHESIVO IMPRESO	Mtr2		40	0			19200			20			800	0,00%	0,00%	19,02%
ESTRUCTURA (Marco de Tubo) 1x1,50	Mtr2	1,5	8	12		19200			67,5			540	0,00%	10,84%	0,00%	
ESTRUCTURA (Marco de Tubo) 2x3	Mtr2	6	5	30		19200			270			1350	0,00%	27,11%		
ESTRUCTURA (Marco de Tubo) 3,50X4	Mtr2	14	4	56		19200			630			2520	0,00%	50,60%		
ESTRUCTURA+LONA 1x0,8	Mtr2	0,8	10	8		19200	19200		45	40		450	400	0,00%	9,04%	9,51%
ESTRUCTURA+LONA 1x1	Mtr2	1	12	12		19200	19200									
ESTRUCTURA+LONA 2x1,5	Mtr2	3	8	24		19200	19200									
ESTRUCTURA+LONA 2X3	Mtr2	6	10	60		19200	19200									
SEÑALÉTICAS EN SINTRA	Unidad		25	0		0	19200			45			1125	0,00%	0,00%	26,75%
ROLL UPS	Unidad		15	0		0	19200			40			600	0,00%	0,00%	14,27%
ROTULO LUMINOSO 1X0,8	Mtr2	0,8	4	3,2		19200	19200									
ROTULO LUMINOSO 2X1,5	Mtr2	3	5	15		19200	19200									
ROTULO LUMINOSO 5x4	Mtr2	20	2	40		19200	19200		60	40		120	80	0,00%	2,41%	1,90%
SUMATORIA								180	1072,5	225	9000	4980	4205	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: se establecen los tiempos que utilizan en los diferentes productos – Brito (2023)

En la tabla 22 se indica cual es el costo de mano de obra en cada producto

Tabla 22. Distribución costos mano de obra por producto

PRODUCTO	MOD			MOD		
	Persona	Tiempo	Costo	Persona	Tiempo	Costo
CREACION LOGO (Marca) 	Diseñador	120	8,70			
TOTAL COSTOS			8,70			
DISEÑO ARTES (Flyers, Afiches, Tarjetas) 	Diseñador	60	4,35			
TOTAL COSTOS			4,35			
LONA PUBLICITARIA IMPRESA (Gigantografías) 	Diseñador	60	4,35	Operario 3	20	1,10
			4,35			1,10
MICROPERFORADO IMPRESO 	Diseñador	60	4,35	Operario 3	20	1,10
			4,35			1,10
ADHESIVO IMPRESO 	Diseñador	60	4,35	Operario 3	20	1,10

Fuente: se indica el costo de mano de obra en cada producto – Brito (2023)

Finalmente para establecer los Costos Indirectos de Fabricación para ello vamos a establecer los valores de depreciación, utiliza el método de la línea recta, el mismo que consiste en dividir el precio o el valor del activo fijo por la vida útil de este, tal cual la tabla 23 y los valores de los servicios básicos y otros como se indica en la tabla 24.

Tabla 23. Depreciación

FECHA ADQUISICIÓN	EQUIPO/ MAQUINARIA	VALOR BIEN	BASE IMPONIBLE	AÑOS DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN HORA
01/08/2016	COMPUTADORA	2.800,00	2.500,00	3	833,33	69,44	0,43
01/05/2013	PLOTTER	25.000,00	22.321,43	10	2.232,14	186,01	1,16

Fuente: establece valores de depreciación, método de línea recta – Brito (2023)

El valor hora en los servicios básicos es igual al valor promedio mensual pagado sobre el número de horas mensuales, es decir para 720 Horas.

Tabla 24. Servicios básicos y otros

SERVICIOS BÁSICOS Y OTROS	VALOR MENSUAL	VALOR HORA
INTERNET	25,50	0,04
LUZ	45,00	0,15
AGUA	8,50	0,01
TELEFONO	35,00	0,05
ARRIENDO	400,00	0,56

Fuente: se establece el valor hora en servicios básicos – Brito (2023)

La distribución de los CIF se realiza según horas hombre, que es igual al total de los CIF sobre el total de Horas Hombre, así la tabla 25 se establece la distribución de los CIF de acuerdo a los minutos que utilizan (Horas Hombre).

Tabla 25. Distribución CIF x horas hombre

PRODUCTO	CIF			
	Gasto	Factor Hora	Tiempo Minutos	Costo Total
CREACIÓN LOGO (Marca) 	Energía Eléctrica	0,15	120	0,31
	Internet	0,04	30	0,02
	Depreciación	0,43	120	0,87
	Arriendo	0,56	120	1,11
	Teléfono	0,05	30	0,02
	TOTAL COSTOS			
DISEÑO ARTES (Flyers, Afiches, Tarjetas) 	Energía Eléctrica	0,15	60	0,15
	Internet	0,04	30	0,02
	Depreciación	1,60	60	1,60
	Arriendo	0,56	60	0,56
	Teléfono	0,05	15	0,01
	TOTAL COSTOS			
LONA PUBLICITARIA IMPRESA (Gigantografías) 	Energía Eléctrica	0,15	80	0,20
	Internet	0,04	30	0,02
	Depreciación	1,60	80	2,13
	Arriendo	0,56	80	0,74
	Teléfono	0,05	15	0,01
	TOTAL COSTOS			
MICROPERFORADO IMPRESO 	Energía Eléctrica	0,15	80	0,20
	Internet	0,04	30	0,02
	Depreciación	1,60	80	2,13
	Arriendo	0,56	80	0,74
	Teléfono	0,05	15	0,01
	TOTAL COSTOS			
ADHESIVO IMPRESO 	Energía Eléctrica	0,15	80	0,20
	Internet	0,04	30	0,02
	Depreciación	1,60	80	2,13
	Arriendo	0,56	80	0,74
	Teléfono	0,05	15	0,01
	TOTAL COSTOS			

ESTRUCTURA (Marco de Tubo) 	Energía Eléctrica	0,15	65	0,17
	Arriendo	0,56	65	0,60
	Agua	0,01	10	0,00
				0,77
ESTRUCTURA+LONA 	Energía Eléctrica	0,15	125	0,32
	Arriendo	0,56	125	1,16
	Agua	0,01	10	0,00
	Internet	0,04	30	0,02
	Depreciación	1,60	80	2,13
	Teléfono	0,05	15	0,01
				3,64
SEÑALÉTICAS EN SINTRA 	Energía Eléctrica	0,15	80	0,20
	Arriendo	0,56	80	0,74
	Agua	0,01	10	0,00
	Internet	0,04	30	0,02
	Depreciación	1,60	80	2,13
	Teléfono	0,05	15	0,01
				3,10
AFICHE ENROLLABLE 	Energía Eléctrica	0,15	80	0,20
	Arriendo	0,56	80	0,74
	Agua	0,01	10	0,00
	Internet	0,04	30	0,02
	Depreciación	1,60	80	2,13
	Teléfono	0,05	15	0,01
				3,10
RÓTULO LUMINOSO 	Energía Eléctrica	0,15	140	0,36
	Arriendo	0,56	140	1,31
	Agua	0,01	20	0,00
	Internet	0,04	30	0,02
	Depreciación	1,60	80	2,13
	Teléfono	0,05	15	0,01
				3,83

Fuente: se distribuye CIF según horas hombre – Brito (2023)

Establecido los costos de cada elemento se unifican en la tabla 26 para determinar el Costo Total de cada producto, dicha información ayuda a tener un punto de partida para establecer el precio de venta. Al tomar en cuenta que el costo está dado para un metro cuadrado a lo que se refiere lona, vinil, estructura, caja de luz y señaléticas; el costo de los diseños corresponde a un solo arte, por ejemplo 12,99 cuesta la creación de un logotipo y 6,65 cualquier arte sea afiche, *flyer*, tarjeta.

Tabla 26. Costos totales

PRODUCTO	COSTO UNITARIO					
	MPD	MPI	MOD	MOI	CIF	TOTAL
CREACIÓN LOGO (Marca)	-	0,30	8,11	-	2,33	10,74
DISEÑO ARTES (Flyers, Afiches, Tarjetas)	-	0,30	4,06	-	2,33	6,69
LONA PUBLICITARIA IMPRESA (Gigantografías)	1,40	1,21	4,06	1,03	3,10	10,80
MICROPERFORADO IMPRESO	4,20	1,21	4,06	1,03	3,10	13,60
ADHESIVO IMPRESO	1,95	1,21	4,06	1,03	3,10	11,35
ESTRUCTURA (Marco de Tubo)	3,82	2,04	3,04	1,03	0,77	10,70
ESTRUCTURA+LONA	5,22	4,61	7,10	2,06	3,64	22,62
SEÑALÉTICAS EN SINTRA	7,33	1,21	4,06	2,32	3,10	18,02
AFICHE ENROLLABLE	20,10	1,39	4,06	2,06	3,10	30,71
RÓTULO LUMINOSO	10,84	10,30	12,17	2,06	3,83	39,20

Fuente: se establece los costos de cada elemento para determinar el costo total de cada producto – Brito (2023)

Una vez establecido de forma correcta los costos, se procede a dar un margen de utilidad que es del 35% fija así el precio de venta al público (Precio 1), como se muestra en la tabla 27, otro punto importante que hay que considerar es que en el mercado se maneja ya un precio establecido de ciertos productos o que la empresa ha utilizado que es el Precio 2. A más de esto a los precios hay que sumarle los impuestos del 12% de IVA.

Tabla 27. Precio de venta al público

PRODUCTO	COSTO UNITARIO	UTILIDAD	PRECIO 1	PRECIO 2
	TOTAL			
CREACIÓN LOGO (Marca)	10,74	3,76	14,50	40,00
DISEÑO ARTES (Flyers, Afiches, Tarjetas)	6,69	2,34	9,03	20,00
LONA PUBLICITARIA IMPRESA (Gigantografías)	10,80	3,78	14,58	14,00
MICROPERFORADO IMPRESO	13,60	4,76	18,36	19,00
ADHESIVO IMPRESO	11,35	3,97	15,33	16,00
ESTRUCTURA (Marco de Tubo)	10,70	3,75	14,45	17,00
ESTRUCTURA+LONA	22,62	7,92	30,54	26,00
SEÑALÉTICAS EN SINTRA	18,02	6,31	24,32	35,00
AFICHE ENROLLABLE	30,71	10,75	41,46	55,00
RÓTULO LUMINOSO	39,20	13,72	52,93	65,00

Fuente: se procede a dar un margen de utilidad, fija así el precio de venta – Brito (2023)

3.4. Aplicación práctica del modelo

Ahora bien una vez identificado los procesos y elementos del costo, se procede a desarrollar el Sistema de Costo, el más adecuado para este tipo de negocio es el Sistema Por Órdenes de Producción, se controla de acuerdo a una orden específica de trabajo. Para desarrollar el Sistema se toma datos de las actividades desarrolladas en Pixxel durante el mes de enero del año 2022. A la fecha

Transacciones del mes de enero del año 2021, el 03/01/2022, la empresa PIXXEL PUBLICIDAD comienza con las siguientes compras para su inventario:

Compra a Pintulac S.A.: 2 galones de isarcol, 2 galones de tinner, 6 litros de sintético, 6 litros de pintura negra, su pago es en efectivo.

PINTULAC SA.			
FECHA: 03/01/2021			
PAGO: Efectivo			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
2	Galones Pegamento	10,94	21,88
2	Galones de Tiñer	4,29	8,58
6	Litros de Sintético	7,00	42,00
6	Litros de Pintura	6,00	36,00
BASE IMPONIBLE			108,46
IVA 12%			13,0152
TOTAL A PAGAR			121,48

A Dipac S.A. 50 tubos de 1 1/4 *1.5 con pago en efectivo.

DIPAC S.A.			
FECHA: 03/01/2021			
PAGO: Efectivo			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
50	Tubos de 1 1/4 X 1.50	3,82	191,00
BASE IMPONIBLE			191,00
IVA 12%			22,92
TOTAL A PAGAR			213,92

A Big Medios, 10 Bases enrollables de 2.00x0.80 Metros con cheque N°250 a 30 días.

BIG MEDIOS			
FECHA: 03/01/2021			
PAGO: A crédito 30 días		Cheque N° 250	
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
10	Bases enrollables	17,86	178,60
BASE IMPONIBLE			178,60
IVA 12%			21,432
TOTAL A PAGAR			200,03

A Madigraf, 3 Rollos de lona de 1.60x50 Metros, 10 planchas de sintra de 3mm y 1 rollo de adhesivo de 50x1.62 Metros con cheque N°251 a 30 días.

MADIGRAF			
FECHA: 03/01/2021			
PAGO: A crédito 30 días		Cheque N° 251	
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
3	Rollos Lona	112,00	336,00
10	Planchas sintra	16,00	160,00
1	Rollo de Adhesivo	158,00	158,00
BASE IMPONIBLE			654,00
IVA 12%			78,48
TOTAL A PAGAR			732,48

Contablemente su registro sería:

PIXXEL PUBLICIDAD LIBRO DIARIO					
FECHA	DETALLE		AUXILIAR	DEBE	HABER
	1				
03/01/2022	Inventario			1.023,60	
	Tubos		191,00		
	Base enrollable		178,60		
	Lona		336,00		
	Sintra		160,00		
	Adhesivo		158,00		
	CIF			108,46	
	Pegamento		21,88		
	Tiñer		8,58		
	Sintético		42,00		
	Pintura		36,00		
	IVA Pagado			135,85	
		Caja-Bancos			335,40
		Efectivo	335,40		
		Proveedores			932,51
		BIG MEDIOS	200,03		
		MADIGRAF	732,48		
	P/R Compras				

El 05/01/2022 se genera las siguientes actividades: Orden de Trabajo 1, elaboración de 5 Afiches enrollables (5 artes diferentes) para la Cooperativa SAC. Para la misma se genera los siguientes documentos:

 PIXXEL PUBLICIDAD ORDEN DE TRABAJO N° 1					
FECHA DE PEDIDO: 05/01/2022			FECHA DE ENTREGA: 06/01/2022		
CLIENTE	CANTIDAD	PRODUCTO/SERVICIO	MEDIDAS	DEPARTAMENTO	
				DISEÑO	TALLER
COOP SAC	5	Afiche enrollable	2.00X0.80 Metros	SI	
OBSERVACIONES: Diseños diferentes					
FIRMA RESPONSABLES:					


 PIXXEL PUBLICIDAD REQUISICIÓN DE MATERIALES N° 001					
FECHA DE PEDIDO 05/01/2022					
FECHA DE ENTREGA 05/01/2022					
DEPARTAMENTO: Diseño			RESPONSABLE: Ing. Maximiliano Munckel		
ORDEN DE TRABAJO N°1					
OBSERVACIONES:					
CÓDIGO	UNIDAD	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS/ PRODUCTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1265	U	5	Bases enrollables	17,86	89,30
1665	Metros 2	8	Lona	1,40	11,20
	Metros	5	Cinta doble faz	0,18	0,90
		8	Tinta	0,91	7,30
Firmas Responsables:					

Tabla 2. Orden de producción

EMPRESA PIXXEL PUBLICIDAD								HOJA DE COSTOS N° 1			
CLIENTE:		COOP SAC		ORDEN DE PRODUCCIÓN N°:		1		CANTIDAD :		5	
ARTÍCULO:		Afiche enrollable		PRECIO DE VENTA:		55,00		PRECIO TOTAL:		275,00	
FECHA DE INICIO:		05/01/2022									
FECHA DE TERMINACIÓN:		06/01/2022									
MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA				CIF			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	CANTIDAD MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lona	8	1,40	11,20	Diseñador	300	0,07	21,76	Energía Eléctrica	400	0,15	1,02
Base enrollable	5	17,86	89,30					Arriendo	400	0,56	3,70
								Agua	50	0,01	0,01
MATERIA PRIMA INDIRECTA				MANO DE OBRA INDIRECTA				Internet	150	0,04	0,09
Tinta	8	0,91	7,28	Operario 3	200	2,06	6,87	Depreciación	400	1,60	10,64
Cinta doble faz	5	0,18	0,90								
RESUMEN											
Materia Prima Directa			\$	100,50							
Mano de Obra Directa			\$	21,76							
Costos Indirectos de Fabricación			\$	30,51							
TOTAL COSTO			\$	152,76							
										COSTO UNITARIO	\$ 30,55

Fuente: se procede a elaborar el orden de producción – Brito (2023)

	_____4_____			
05/01/2022	Productos en Proceso			15,46
		CIF		15,46
		Energía Eléctrica	1,02	
		Arriendo	3,70	
		Agua	0,01	
		Internet	0,09	
		Depreciación	10,64	
	P/R CIF Hoja de Costo N° 1			
	_____5_____			
05/01/2022	Producto Terminados			152,78
		Productos en proceso		152,78
	P/R Orden de Producción N°1			
	_____6_____			
06/01/2022	Caja-Bancos			279,40
		Cheque N°0014088	279,40	
		Retención en la Fuente IVA		23,10
		IVA 70%	23,10	
		Retención en la Fuente IR		5,50
		IR 2%	5,50	
		Ventas		275,00
		Afiche enrollable	275,00	
		IVA Cobrado		33,00
	P/R Factura Ventas N°1980			
	_____7_____			
06/01/2022	Costo de Ventas			152,78
		Productos Terminados		152,78
	P/R Costo de Ventas OP N°1			

El día 09/01/2022 se genera la Orden de Trabajo N°2: Creación de un logotipo, diseño y elaboración de un Rótulo luminoso de 5.00x1.20 Metros para el Sr. Segundo Villena.

		PIXXEL PUBLICIDAD ORDEN DE TRABAJO N° 2			
		FECHA DE PEDIDO: 09/01/2022		FECHA DE ENTREGA: 10/01/2022	
CLIENTE	CANTIDAD	PRODUCTO/SERVICIO	MEDIDAS	DEPARTAMENTO	
				DISEÑO	TALLER
SEGUNDO VILLENA	1	Creación Logotipo		SI	
	1	Rótulo luminoso	5.00x1.20 Metros	SI	SI
OBSERVACIONES: Diseño Rótulo más instalación					
FIRMA RESPONSABLES:					



PIXXEL PUBLICIDAD
REQUISICIÓN DE MATERIALES N° 002

FECHA DE PEDIDO: 09/01/2022

FECHA DE ENTREGA: 09/01/2022

DEPARTAMENTO: Diseño, Taller

RESPONSABLE: Ing. Maximiliano Munckel

ORDEN DE TRABAJO N°2

OBSERVACIONES:

CÓDIGO	UNIDAD	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS/ PRODUCTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1265	U	1	Lápiz	0,29	0,29
1665	u	1	Hoja Bond	0,01	0,01
	Metros 2	12	Panaflex	1,60	19,20
	Cuartos Ltr.	4	Pintura	1,50	6,00
	Cuartos Ltr.	4	Sintético	1,75	7,00
	Cuartos Ltr.	4	Tiñer	0,28	1,13
	u	7	Tubos	3,82	26,74
	u	3	Sueldas	0,29	0,87
	u	5	Lámparas	1,60	8,00
	Cuartos Ltr.	4	Pegamento	0,72	2,89
	U	1	Balastro	7,50	7,50
	Metros 2	12	Tinta	0,91	10,95


Firmas Responsables:

EMPRESA PIXXEL PUBLICIDAD												
CLIENTE: SEGUNDO VILLENA ARTÍCULO: Creación Logotipo FECHA DE INICIO: 09/01/2022 FECHA DE TERMINACIÓN: 10/01/2022						HOJA DE COSTOS N° 2 ORDEN DE PRODUCCIÓN N°: 2 CANTIDAD : 1 PRECIO DE VENTA: 40,00 PRECIO TOTAL: 40,00						
MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA				CIF				
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	CANTIDAD MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
				Diseñador	120	0,07	8,70	Energía Eléctrica	120	0,15	0,31	
								Internet	30	0,04	0,02	
								Depreciación	120	0,43	0,87	
								Arriendo	120	0,56	1,11	
								Teléfono	30	0,05	0,02	
RESUMEN												
Materia Prima Directa			\$			-						
Mano de Obra Directa			\$			8,70						
Costos Indirectos de Fabricación			\$			2,33						
TOTAL COSTO			\$			11,03					COSTO UNITARIO	\$ 11,03

EMPRESA PIXXEL PUBLICIDAD								HOJA DE COSTOS N° 3			
CLIENTE:	SEGUNDO VILLENA			ORDEN DE PRODUCCIÓN N°:	2						
ARTÍCULO:	Rótulo lumir 5.00x1.20 Metros			CANTIDAD :	1						
FECHA DE INICIO:	09/01/2022			PRECIO DE VENTA:	510						
FECHA DE TERMINACIÓN:	10/01/2022			PRECIO TOTAL:	510,00						
MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA				CIF			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	CANTIDAD MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Panaflex	12	1,60	19,20	Operario 1	360	0,07	26,11	Energía Eléctrica	840	0,15	2,14
Tubos	7	3,82	26,74	Operario 2	360	0,07	26,11	Arriendo	840	0,56	7,84
Lámparas	5	1,60	8,00	Diseñador	60	0,07	4,35	Agua	120	0,01	0,02
								Internet	180	0,04	0,12
MATERIA PRIMA INDIRECTA				MANO DE OBRA INDIRECTA				Depreciación	480	1,60	12,80
Pintura	4	1,50	6,00	Operario 3	240	0,06	13,25	Teléfono	90	0,05	0,08
Sintético	4	1,75	7,00								
Tiñer	4	0,28	1,13								
Sueldas	3	0,29	0,87								
Pegamento	4	0,72	2,89								
Balastro	1	7,50	7,50								
Lápiz	1	0,29	0,29								
Hoja Bond	1	0,01	0,01								
Tinta	12	0,91	10,92								
RESUMEN											
Materia Prima Directa			\$	53,94							
Mano de Obra Directa			\$	56,56							
Costos Indirectos de Fabricación			\$	72,85							
TOTAL COSTO			\$	183,36							
								COSTO UNITARIO	\$ 183,36		

NOTA: en una misma orden de trabajo se requiere de dos o más servicios de hace diferentes hoja de costos, en este caso hay una para la creación del logo y otra para la elaboración del rotulo luminoso.

La venta lo hace al Sr. Villena persona natural, el pago lo hace en cheque.

PIXXEL PUBLICIDAD RUC: 1803308111001 Servicios Publicitarios		FACTURA N° 001-001-0001981 AUT. SRI 11125589	
FECHA: 10/01/2022 NOMBRE SEGUNDO VILLENA RUC: 1804559449001 DIREC: IZAMBA			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Creación Logotipo	40,00	40,00
1	Rótulo luminoso	510,00	510,00
1	Instalación	30,00	30,00
		Base Imponible	580,00
		IVA 12%	69,60
		Total	649,60
_____ Cliente		_____ Vendedor	

El registro contable sería de la siguiente manera:

	8			
09/01/2022	Productos en Proceso		8,70	
	Mano de Obra Directa			8,70
	Diseñador	8,70		
	P/R MO Hoja de Costo N° 2			
	9			
09/01/2022	Productos en Proceso		2,33	
	CIF			2,33
	Energía Eléctrica	0,31		
	Internet	0,02		
	Depreciación	0,87		
	Arriendo	1,11		
	Teléfono	0,02		
	P/R CIF Hoja de Costo N° 2			

	_____ 10 _____			
09/01/2022	Producto Terminados			11,03
		Productos en proceso		11,03
	P/R Orden de Producción N°2			
	_____ 11 _____			
09/01/2022	Productos en Proceso			90,55
		Inventarios		53,94
		Panaflex	19,20	
		Tubos	26,74	
		Lámparas	8,00	
		CIF		36,61
		Pintura	6,00	
		Sintético	7,00	
		Tiñer	1,13	
		Sueldas	0,87	
		Pegamento	2,89	
		Balastro	7,50	
		Lápiz	0,29	
		Hoja Bond	0,01	
		Tinta	10,92	
	P/R Requisición N° 2			
	_____ 12 _____			
09/01/2022	Productos en Proceso			69,81
		Mano de Obra Directa		56,56
		Operario 1	26,11	
		Operario 2	26,11	
		Diseñador	4,35	
		Mano de Obra Indirecta		13,25
		Auxiliar	13,25	
	P/R MO Hoja de Costos N°3			
	_____ 13 _____			
09/01/2022	Productos en Proceso			22,99
		CIF		22,99
		Energía Eléctrica	2,14	
		Arriendo	7,84	
		Agua	0,02	
		Internet	0,12	
		Depreciación	12,80	
		Teléfono	0,08	
	P/R CIF Hoja de Costo N° 3			
	_____ 14 _____			
10/01/2022	Producto Terminados			183,36
		Productos en proceso		183,36
	P/R Orden de Producción N° 2			
	_____ 15 _____			
10/01/2022	Caja-Bancos			616,00
	Cheque N°0014	616,00		
		Ventas		550,00
		Creación Logotipo	40,00	
		Rótulo luminoso	510,00	
		IVA Cobrado		66,00
	P/R Factura Ventas N°1981			
	_____ 16 _____			
10/01/2022	Costo de Ventas			11,03
		Productos Terminados		11,03
	P/R Costo de Ventas OP N°2			
	_____ 17 _____			
10/01/2022	Costo de Ventas			183,36
		Productos Terminados		183,36
	P/R Costo de Ventas OP N°2			

El 12/01/2022 se da la Orden de Trabajo 3: Impresión de 6 gigantografías de 2.50x3.00 Metros para Cooperativa Kullki Wasi (6 Artes Diferentes).

 PIXXEL PUBLICIDAD ORDEN DE TRABAJO N° 3					
FECHA DE PEDIDO: 12/01/2022			FECHA DE ENTREGA: 13/01/2022		
CLIENTE	CANTIDAD	PRODUCTO/SERVICIO	MEDIDAS	DEPARTAMENTO	
				DISEÑO	TALLER
COOP KULLKI WASI	6	Gigantografías	2.50X3.00 Metros	SI	
OBSERVACIONES: Diseños diferentes					
FIRMA RESPONSABLES:					
<p style="text-align: center;">_____</p>					

 PIXXEL PUBLICIDAD REQUISICIÓN DE MATERIALES N° 003					
FECHA DE PEDIDO: 12/01/2022					
FECHA DE ENTREGA: 12/01/2022					
DEPARTAMENTO: Diseño		RESPONSABLE: Ing. Maximiliano Munckel			
ORDEN DE TRABAJO N°3					
OBSERVACIONES:					
CÓDIGO	UNIDAD	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS/ PRODUCTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1265	Metros 2	45	Lona	1,40	63,00
	Metros 2	45	Tinta	0,91	41,05
Firmas Responsables:					
<p style="text-align: center;">_____</p>					

EMPRESA PIXXEL PUBLICIDAD								HOJA DE COSTOS N° 4			
CLIENTE:	COOP KULLKI WASI			ORDEN DE PRODUCCIÓN N°:	3			CANTIDAD :	6		
ARTÍCULO:	Gigantografi 2.50X3.00 Metros			PRECIO DE VENTA:	105,00			PRECIO TOTAL:	630,00		
FECHA DE INICIO:	12/01/2022										
FECHA DE TERMINACIÓN:	13/01/2022										
MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA				CIF			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	CANTIDAD MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lona	45	1,40	63,00	Diseñador	360	0,07	26,11	Energía Eléctrica	3600	0,15	9,15
								Internet	1350	0,04	0,80
								Depreciación	125	1,60	3,33
MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA				Arriendo	3600	0,56	33,33
Tinta	45	0,91	40,95	Operario 4	900	0,06	49,68	Teléfono	675	0,05	0,55
RESUMEN											
Materia Prima Directa			\$	63,00							
Mano de Obra Directa			\$	26,11							
Costos Indirectos de Fabricación			\$	137,79							
TOTAL COSTO			\$	226,89							
										COSTO UNITARIO	\$ 37,82

La venta a la Cooperativa Kulki Wasi la misma que retiene de la factura la retención de IVA y del Impuesto a la Renta.

PIXXEL PUBLICIDAD RUC: 1803308111001 Servicios Publicitarios		FACTURA N° 001-001-0001982 AUT. SRI 11125589	
FECHA: 13/01/2022 NOMBRE COOP KULLKI WASI RUC: 1894571594001 DIREC: Martinez y Juan B. Vela			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
6	Gigantografías	105,00	630,00
Base Imponible			630,00
IVA 12%			75,60
Total			705,60
<hr/> Cliente		<hr/> Vendedor	

Registro contable de la Orden 3

	_____18_____			
12/01/2022	Productos en Proceso		104,05	
	Inventarios			63,00
	Lona	63,00		
	CIF			41,05
	Tinta	41,05		
	P/R Requisición N° 3			
	_____19_____			
12/01/2022	Productos en Proceso		75,79	
	Mano de Obra Directa			26,11
	Diseñador	26,11		
	Mano de Obra Indirecta			49,68
	Auxiliar	49,68		
	P/R MO Hoja de Costo N°4			

	20			
12/01/2022	Productos en Proceso			47,16
		CIF		47,16
		Energía Eléctrica	9,15	
		Internet	0,80	
		Depreciación	3,33	
		Arriendo	33,33	
		Teléfono	0,55	
	P/R CIF Hoja de Costo N° 4			
	21			
13/01/2022	Producto Terminados			227,00
		Productos en proceso		227,00
	P/R Orden de Producción N° 3			
	22			
13/01/2022	Caja-Bancos			640,08
	Cheque N°0014		640,08	
	Retención en la Fuente IVA			52,92
	IVA 70%		52,92	
	Retención en la Fuente IR			12,60
	IR 2%		12,60	
		Ventas		630,00
		Gigantografías	630,00	
		IVA Cobrado		75,60
	P/R Factura Ventas N°1982			
	23			
13/01/2022	Costo de Ventas			227,00
		Productos Terminados		227,00
	P/R Costo de Ventas OP N°3			

El 16/01/2022 se presenta la Orden de Trabajo 4: Elaboración de 5 estructuras de 2.00x3.00 Metros para Diego Aguilar (DIARTES).

		PIXXEL PUBLICIDAD ORDEN DE TRABAJO N° 4			
FECHA DE PEDIDO:		16/01/2022		FECHA DE ENTREGA: 17/01/2022	
CLIENTE	CANTIDAD	PRODUCTO/SERVICIO	MEDIDAS	DEPARTAMENTO	
				DISEÑO	TALLER
Diego Aguilar	5	Estructuras	2.00X3.00 Metros		SI
OBSERVACIONES:					
FIRMA RESPONSABLES:					
<hr style="width: 50%; display: inline-block; margin-right: 100px;"/> <hr style="width: 50%; display: inline-block;"/>					



PIXXEL PUBLICIDAD
REQUISICIÓN DE MATERIALES N° 004

FECHA DE PEDIDO: 16/01/2022

FECHA DE ENTREGA: 16/01/2022

DEPARTAMENTO: Taller

RESPONSABLE: Sr. Ulfredo Borja

ORDEN DE TRABAJO N°4


OBSERVACIONES:

CÓDIGO	UNIDAD	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS/ PRODUCTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1265	U	15	Tubos	3,82	57,30
1665	U	8	Sueldas	0,29	2,32
	Cuartos Ltr.	6	Pintura	1,50	9,00
	Cuartos Ltr.	6	Sintético	1,75	10,50
	Cuartos Ltr.	3	Tiñer	0,28	0,85

Firmas Responsables:

EMPRESA PIXXEL PUBLICIDAD											
CLIENTE: DIEGO AGUILAR						HOJA DE COSTOS N° 5					
ARTÍCULO: Estructuras 2.00X3.00 Metros						ORDEN DE PRODUCCIÓN N°: 4					
FECHA DE INICIO: 16/01/2022						CANTIDAD : 5					
FECHA DE TERMINACIÓN: 17/01/2022						PRECIO DE VENTA: 102,00					
						PRECIO TOTAL: 510,00					
MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA				CIF			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	CANTIDAD MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Tubos	15	3,82	57,30	Operario 1	1350	0,07	97,90	Energía Eléctrica	1950	0,15	4,96
								Arriendo	1950	0,56	18,06
MATERIA PRIMA INDIRECTA				MANO DE OBRA INDIRECTA				Agua	300	0,01	0,06
Sueldas	8	0,29	2,32	Operario 4	600	0,06	33,12				
Pintura	6	1,50	9,00								-
Sintético	6	1,75	10,50								-
Tiñer	3	0,28	0,85								-
											-
RESUMEN											
Materia Prima Directa			\$	57,30							
Mano de Obra Directa			\$	97,90							
Costos Indirectos de Fabricación			\$	78,86							
TOTAL COSTO			\$	234,06							
										COSTO UNITARIO	\$ 46,81

La venta es para el Sr. Diego Aguilar persona natural, su pago lo realiza con cheque.

PIXXEL PUBLICIDAD RUC: 1803308111001 Servicios Publicitarios		FACTURA N° 001-001-0001983 AUT. SRI 11125589	
FECHA: 16/01/2022 NOMBRE DIEGO AGUILAR RUC: 1808963215001 DIREC: Castillo 7-20 y Juan B. Vela			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
5	Estructuras	102,00	510,00
		Base Imponible	510,00
		IVA 12%	61,20
		Total	571,20
_____ Cliente		_____ Vendedor	

El registro contable sería:

	_____ 24 _____			
16/01/2022	Productos en Proceso		79,97	
	Inventarios			57,30
	Tubos	57,30		
	CIF			22,67
	Sueldas	2,32		
	Pintura	9,00		
	Sintético	10,50		
	Tiñer	0,85		
	P/R Requisición N° 4			
	_____ 25 _____			
16/01/2022	Productos en Proceso		131,02	
	Mano de Obra Directa			97,90
	Operario 1	97,90		
	Mano de Obra Indirecta			33,12
	Auxiliar	33,12		
	P/R MO Hoja de Costos N°5			

	_____26_____			
16/01/2022	Productos en Proceso			23,07
		CIF		23,07
		Energía Eléctrica	4,96	
		Arriendo	18,06	
		Agua	0,06	
	P/R CIF Hoja de Costos N° 5			
	_____27_____			
17/01/2022	Producto Terminados			234,06
		Productos en proceso		234,06
	P/R Orden de Producción N°4			
	_____28_____			
17/01/2022	Caja-Bancos			571,20
	Cheque N°0520		571,20	
		Ventas		510,00
		Estructuras	510,00	
		IVA Cobrado		61,20
	P/R Factura Ventas N°1983			
	_____29_____			
17/01/2022	Costo de Ventas			234,06
		Productos Terminados		234,06
	P/R Costo de Ventas OP N°4			

El día 19/01/2017 se compra 2 resmas de papel bond y 2 cajas de lápices, Librería Las Américas. Pago en efectivo.


LAS AMÉRICAS LIBRERÍA			
FECHA: 19/01/2022			
PAGO: Efectivo			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
2	Resma de bond	4,50	9,00
2	Cajas de lápices	3,50	7,00
BASE IMPONIBLE			16,00
IVA 12%			1,92
TOTAL A PAGAR			17,92

Su asiento contable sería:

	_____30_____			
19/01/2022	CIF			16,00
	Resma de bond		9,00	
	Cajas de lápices		7,00	
	IVA Pagado			1,92
		Caja-Bancos		17,92
		Efectivo	17,92	
	P/R Factura de Compra			

El mismo día se origina la Orden de Trabajo N°5: Elaboración de 4 estructuras de 1.00X1.50 Metros para Diego Aguilar (DIARTES).

 PIXXEL PUBLICIDAD ORDEN DE TRABAJO N° 5					
FECHA DE PEDIDO: 19/01/2022			FECHA DE ENTREGA: 20/01/2022		
CLIENTE	CANTIDAD	PRODUCTO/SERVICIO	MEDIDAS	DEPARTAMENTO	
				DISEÑO	TALLER
DIEGO AGUILAR	4	Estructuras	1,00X1,50 Metros		
OBSERVACIONES:					
FIRMA RESPONSABLES:					
_____			_____		

 PIXXEL PUBLICIDAD REQUISICIÓN DE MATERIALES N° 005					
FECHA DE PEDIDO: 19/01/2022			RESPONSABLE: Ing. Sr. Ulfredo Borja		
FECHA DE ENTREGA: 19/01/2022					
DEPARTAMENTO: Taller					
ORDEN DE TRABAJO N°5					
OBSERVACIONES:					
CÓDIGO	UNIDAD	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS/ PRODUCTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1265	U	4	Tubos	3,82	15,28
1665	Metros 2	4	Sueldas	0,29	1,16
	Cuartos Ltr.	1,5	Pintura	1,50	2,25
	Cuartos Ltr.	1,5	Sintético	1,75	2,63
	Cuartos Ltr.	1	Tiñer	0,28	0,28
Firmas Responsables:					
_____			_____		


EMPRESA PIXXEL PUBLICIDAD								HOJA DE COSTOS N° 6			
CLIENTE:	DIEGO AGUILAR							ORDEN DE PRODUCCIÓN N°:	5		
ARTÍCULO:	Estructuras 1,00X1,50 Metros							CANTIDAD :	4		
FECHA DE INICIO:	19/01/2022							PRECIO DE VENTA:	25,5		
FECHA DE TERMINACIÓN:	20/01/2022							PRECIO TOTAL:	102,00		
MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA				CIF			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	CANTIDAD MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Tubos	4,00	3,82	15,28	Operario 1	240	0,07	17,40	Energía Eléctrica	390	0,17	1,07
								Arriendo	390	0,60	3,91
MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA				Agua	60	0,00	0,00
Sueldas	4,00	0,29	1,16	Operario 4	120	0,06	6,62				
Pintura	1,50	1,50	2,25								
Sintético	1,50	1,75	2,63								
Tiñer	1,00	0,28	0,28								
RESUMEN											
Materia Prima Directa			\$	15,28							
Mano de Obra Directa			\$	17,40							
Costos Indirectos de Fabricación			\$	17,93							
TOTAL COSTO			\$	50,61							
										COSTO UNITARIO	\$ 12,65

La venta es para Diego Aguilar, paga en efectivo.

	31			
19/01/2022	Productos en Proceso			21,60
		Inventarios		15,28
		Tubos	15,28	
		CIF		6,32
		Sueldas	1,16	
		Pintura	2,25	
		Sintético	2,63	
		Tiñer	0,28	
	P/R Requisición N° 5			
	32			
19/01/2022	Productos en Proceso			24,03
		Mano de Obra Directa		17,40
		Operario 1	17,40	
		Mano de Obra Indirecta		6,62
		Auxiliar	6,62	
	P/R MO Hoja de Costos N°6			
	33			
19/01/2022	Productos en Proceso			4,99
		CIF		4,99
		Energía Eléctrica	1,07	
		Arriendo	3,91	
		Agua	0,00	
	P/R CIF Hoja de Costos N°6			
	34			
20/01/2022	Producto Terminados			50,61
		Productos en proceso		50,61
	P/R Orden de Producción N°5			
	35			
20/01/2022	Caja-Bancos			114,24
	Cheque N°0521		114,24	
		Ventas		102,00
		Estructuras	102,00	
		IVA Cobrado		12,24
	P/R Factura Ventas N°1984			
	36			
20/01/2022	Costo de Ventas			50,61
		Productos Terminados		50,61
	P/R Costo de Ventas OP N°5			

El día 23/01/2022 realizó la siguiente Orden de Trabajo 6: Creación de logotipo para la Sra. Lila Riera (Ecu-lavanderías) e impresión de una gigantografía de 1.50X3.00 Metros.

 PIXXEL PUBLICIDAD ORDEN DE TRABAJO N° 6					
FECHA DE PEDIDO: 23/01/2022			FECHA DE ENTREGA: 24/01/2022		
CLIENTE	CANTIDAD	PRODUCTO/SERVICIO	MEDIDAS	DEPARTAMENTO	
				DISEÑO	TALLER
LILA RIERA	1	Logotipo		SI	
LILA RIERA	1	Gigantografía	1.50X3.00 Metros	SI	SI
OBSERVACIONES:					
FIRMA RESPONSABLES:					
<p style="text-align: center;">_____</p>					

 PIXXEL PUBLICIDAD REQUISICIÓN DE MATERIALES N° 006					
FECHA DE PEDIDO: 23/01/2022			FECHA DE ENTREGA: 23/01/2022		
DEPARTAMENTO: Diseño			RESPONSABLE: Ing. Maximiliano Munckel		
ORDEN DE TRABAJO N°6					
OBSERVACIONES:					
CÓDIGO	UNIDAD	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS/ PRODUCTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1265	Metro2	4,5	Lona	1,40	6,30
	Metro2	4,5	Tinta	0,91	4,11
					-
					-
					-
Firmas Responsables:					
<p style="text-align: center;">_____</p>					

EMPRESA PIXXEL PUBLICIDAD											
CLIENTE: LILA RIERA						HOJA DE COSTOS N° 8					
ARTÍCULO: Gigantografía 1.50X3.00 Metros						ORDEN DE PRODUCCIÓN N°: 6					
FECHA DE INICIO: 23/01/2022						CANTIDAD : 1					
FECHA DE TERMINACIÓN: 24/01/2022						PRECIO DE VENTA: 63					
						PRECIO TOTAL: 63,00					
MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA				CIF			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	CANTIDAD MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lona	4,5	1,40	6,30	Diseñador	60	0,07	4,35	Energía Eléctrica	360	0,15	0,92
								Internet	135	0,04	0,08
								Depreciación	360	1,60	9,58
MATERIA PRIMA INDIRECTA				MANO DE OBRA INDIRECTA				Arriendo	360	0,56	3,33
Tinta	4,5	0,91	4,10	Operario 3	90	0,06	4,97	Teléfono	67,5	0,05	0,05
RESUMEN											
Materia Prima Directa			\$	6,30							
Mano de Obra Directa			\$	4,35							
Costos Indirectos de Fabricación			\$	23,03							
TOTAL COSTO			\$	33,68							
										COSTO UNITARIO	\$ 33,68

Factura de Venta a la Sra. Lilia Riera persona natural.


PIXXEL PUBLICIDAD RUC: 1803308111001 Servicios Publicitarios		FACTURA N° 001-001-0001985 AUT. SRI 1125589	
FECHA: 23/01/2022 NOMBRE LILA RIERA RUC: 1804559449001 DIREC: Av. El Cóndor			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Logotipo	40,00	40,00
1	Gigantografía	63,00	63,00
Base Imponible			103,00
IVA 12%			12,36
Total			115,36
_____ Cliente		_____ Vendedor	

Registro contable:

	37			
23/01/2022	Productos en Proceso			8,70
		Mano de Obra Directa		8,70
		Diseñador	8,70	
	P/R MO Hoja de Costos N°7			
	38			
23/01/2022	Productos en Proceso			1,19
		CIF		1,19
		Energía Eléctrica	0,31	
		Internet	0,02	
		Depreciación	0,87	
		Arriendo	1,11	
		Teléfono	0,02	
	P/R CIF Hoja de Costos N°7			
	39			
23/01/2022	Producto Terminados			9,89
		Productos en proceso		9,89
	P/R Orden de Producción N°6			

	37			
23/01/2022	Productos en Proceso			8,70
		Mano de Obra Directa		8,70
		Diseñador	8,70	
	P/R MO Hoja de Costos N°7			
	38			
23/01/2022	Productos en Proceso			1,19
		CIF		1,19
		Energía Eléctrica	0,31	
		Internet	0,02	
		Depreciación	0,87	
		Arriendo	1,11	
		Teléfono	0,02	
	P/R CIF Hoja de Costos N°7			
	39			
23/01/2022	Producto Terminados			9,89
		Productos en proceso		9,89
	P/R Orden de Producción N°6			

El día 24/01/2022 se realiza la Orden de Trabajo N°7: Elaboración de 6 Afiches enrollables para MEGAPROFER S.A.

		PIXXEL PUBLICIDAD ORDEN DE TRABAJO N° 7			
		FECHA DE PEDIDO: 24/01/2022		FECHA DE ENTREGA: 25/01/2022	
CLIENTE	CANTIDAD	PRODUCTO/SERVICIO	MEDIDAS	DEPARTAMENTO	
				DISEÑO	TALLER
MEGAPROFER	6	Afiches enrollables	2.00X0.80 Metros	SI	
OBSERVACIONES: 6 Diseños diferentes					
FIRMA RESPONSABLES:					



PIXXEL PUBLICIDAD
REQUISICIÓN DE MATERIALES N° 007

FECHA DE PEDIDO: 24/01/2022

FECHA DE ENTREGA: 24/01/2022

DEPARTAMENTO: Diseño

RESPONSABLE: Ing. Maximiliano Munckel

ORDEN DE TRABAJO N°7

OBSERVACIONES:

CÓDIGO	UNIDAD	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS/ PRODUCTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1265	U	6	Bases enrollables	17,86	107,16
1665	Metros 2	9,6	Lona	1,40	13,44
	Metros	6	Cinta doble faz	0,18	1,08
	Metros 2	9,6	Tinta	0,91	8,76

Firmas Responsables:

EMPRESA PIXXEL PUBLICIDAD								HOJA DE COSTOS N° 9			
CLIENTE:		MEGAPROFER						ORDEN DE PRODUCCIÓN N°:		7	
ARTÍCULO:		Afiches enrollables						CANTIDAD :		6	
FECHA DE INICIO:		24/01/2022						PRECIO DE VENTA:		55	
FECHA DE TERMINACIÓN:		25/01/2022						PRECIO TOTAL:		330,00	
MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA				CIF			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	CANTIDAD MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Bases enrollable	6	17,86	107,16	Diseñador	360	0,07	26,11	Energía Eléctrica	480	0,15	1,22
Lona	9,6	1,40	13,44					Arriendo	480	0,56	4,44
								Agua	60	0,01	0,01
								Internet	180	0,04	0,11
MATERIA PRIMA INDIRECTA				MANO DE OBRA INDIRECTA				Depreciación	480	1,60	12,77
Cinta doble faz	6	0,18	1,08	Operario 3	240	0,06	13,25	Teléfono	90	0,05	0,07
Tintas	9,6	0,91	8,74								
RESUMEN											
Materia Prima Directa			\$	120,60							
Mano de Obra Directa			\$	26,11							
Costos Indirectos de Fabricación			\$	41,69							
TOTAL COSTO			\$	188,40							
										COSTO UNITARIO	\$ 31,40

Factura de Venta:

PIXXEL PUBLICIDAD		FACTURA N°	
RUC: 1803308111001		001-001-0001986	
Servicios Publicitarios		AUT. SRI 11125589	
FECHA:	25/01/2022		
NOMBRE	MEGAPROFER		
RUC:	1895478962001		
DIREC:	Panamericana Norte Km1 1/2		
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
6	Afiches enrollables	55,00	330,00
Base Imponible			330,00
IVA 12%			39,60
Total			369,60
_____ Cliente		_____ Vendedor	

Contabilización Orden 7

	_____47_____			
24/01/2022	Productos en Proceso			130,44
		Inventarios		120,60
		Bases enrollables	107,16	
		Lona	13,44	
		CIF		9,84
		Cinta doble faz	1,08	
		Tinta	8,76	
	P/R Requisición N° 7			
	_____48_____			
24/01/2022	Productos en Proceso			39,35
		Mano de Obra Directa		26,11
		Diseñador	26,11	
		Mano de Obra Indirecta		13,25
		Auxiliar	13,25	
	P/R MO Hoja de Costos N°9			
	_____49_____			
24/01/2022	Productos en Proceso			18,63
		CIF		18,63
		Energía Eléctrica	1,22	
		Arriendo	4,44	
		Agua	0,01	
		Internet	0,11	
		Depreciación	12,77	
		Teléfono	0,07	
	P/R CIF Hoja de Costos N°9			

	50				
25/01/2022	Producto Terminados			188,42	
		Productos en proceso			188,42
	P/R Orden de Producción N°7				
	51				
25/01/2022	Caja-Bancos			335,28	
	Cheque N°1589		335,28		
	Retención en la Fuente IVA			27,72	
	IVA 70%		27,72		
	Retención en la Fuente IR			6,60	
	IR 2%		6,60		
		Ventas			330,00
		Afiches enrollables	330,00		
		IVA Cobrado			39,60
	P/R Factura Ventas N°1982				
	52				
25/01/2022	Costo de Ventas			188,42	
		Productos Terminados			188,42
	P/R Costo de Ventas OP N°7				

El día 26/01/2022 se abre la Orden de Trabajo N°8: Elaboración de 2 estructuras 3.50x4.00 Metros para el Sr. Santiago Meza.

		PIXXEL PUBLICIDAD ORDEN DE TRABAJO N° 8			
		FECHA DE PEDIDO: 26/01/2022		FECHA DE ENTREGA: 27/01/2022	
CLIENTE	CANTIDAD	PRODUCTO/SERVICIO	MEDIDAS	DEPARTAMENTO	
				DISEÑO	TALLER
SANTIAGO MEZA	2	Estructuras	3.50X4.00 Metros		
OBSERVACIONES:					
FIRMA RESPONSABLES:					



**PIXXEL PUBLICIDAD
REQUISICIÓN DE MATERIALES N° 008**

FECHA DE PEDIDO: 26/01/2022

FECHA DE ENTREGA: 26/01/2022

DEPARTAMENTO: Taller

RESPONSABLE: Sr. Ulfredo Borja

ORDEN DE TRABAJO N°8

OBSERVACIONES:

CÓDIGO	UNIDAD	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS/ PRODUCTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1265	U	8	Tubos	3,82	30,56
1665	U	4	Sueldas	0,29	1,16
	Cuartos Ltr.	4	Pintura	1,50	6,00
	Cuartos Ltr.	4	Sintético	1,75	7,00
	Cuartos Ltr.	2	Tiñer	0,28	0,57

Firmas Responsables:

EMPRESA PIXXEL PUBLICIDAD


HOJA DE COSTOS N° 10

CLIENTE: SANTIAGO MEZA
 ARTÍCULO: Estructuras 3.50X4.00 Metros
 FECHA DE INICIO: 26/01/2022
 FECHA DE TERMINACIÓN: 27/01/2022

ORDEN DE PRODUCCIÓN N°: 8
 CANTIDAD : 2
 PRECIO DE VENTA: 238
 PRECIO TOTAL: 476,00

MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA				CIF			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	CANTIDAD MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Tubos	8,00	3,82	30,56	Operario 1	1260	0,07	91,37	Energía Eléctrica	1820	0,15	4,63
								Arriendo	1820	0,56	16,85
MATERIA PRIMA INDIRECTA				MANO DE OBRA INDIRECTA				Agua	280	0,01	0,06
Sueldas	4,00	0,29	1,16	Operario 4	560	0,06	30,91				
Pintura	4,00	1,50	6,00								
Sintético	4,00	1,75	7,00								
Tiñer	2,00	0,28	0,57								
RESUMEN											
Materia Prima Directa			\$	30,56							
Mano de Obra Directa			\$	91,37							
Costos Indirectos de Fabricación			\$	67,17							
TOTAL COSTO			\$	189,11							
										COSTO UNITARIO	\$ 94,55

Venta a Santiago Meza, pago en cheque:


PIXXEL PUBLICIDAD RUC: 1803308111001 Servicios Publicitarios		FACTURA N° 001-001-0001987 AUT. SRI 11125589	
FECHA: 27/01/2022 NOMBRE SANTIAGO MEZA RUC: 1804566691001 DIREC: Av. El Cóndor			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Estructuras	238,00	476,00
		Base Imponible	476
		IVA 12%	57,12
		Total	533,12
_____ Cliente		_____ Vendedor	

Registro contable:

	_____ 53 _____			
26/01/2022	Productos en Proceso			45,29
		Inventarios		30,56
		Tubos	30,56	
		CIF		14,73
		Sueldas	1,16	
		Pintura	6,00	
		Sintético	7,00	
		Tiñer	0,57	
	P/R Requisición N°8			
	_____ 54 _____			
26/01/2022	Productos en Proceso			122,28
		Mano de Obra Directa		91,37
		Operario 1	91,37	
		Mano de Obra Indirecta		30,91
		Auxiliar	30,91	
	P/R MO Hoja de Costos N°10			
	_____ 55 _____			
26/01/2022	Productos en Proceso			21,53
		CIF		21,53
		Energía Eléctrica	4,63	
		Arriendo	16,85	
		Agua	0,06	
	P/R CIF Hoja de Costos N°10			

	56			
27/01/2022	Producto Terminados		189,11	
		Productos en proceso		189,11
	P/R Orden de Producción N°8			
	57			
27/01/2022	Caja-Bancos		533,12	
	Efectivo		533,12	
		Ventas		476,00
		Estructuras	476,00	
		IVA Cobrado		57,12
	P/R Factura de Venta N°1987			
	58			
27/01/2022	Costo de Ventas		189,11	
		Productos Terminados		189,11
	P/R Costo de Ventas OP N°8			

27/01/2022 Orden de Trabajo N°9: Elaboración de 5 señaléticas en sintra de 40x50cm (5 artes diferentes) y 2 artes de prensa para Cooperativa Kullki Wasi.

		PIXXEL PUBLICIDAD ORDEN DE TRABAJO N° 9			
		FECHA DE PEDIDO: 27/01/2022		FECHA DE ENTREGA: 27/01/2022	
CLIENTE	CANTIDAD	PRODUCTO/SERVICIO	MEDIDAS	DEPARTAMENTO	
				DISEÑO	TALLER
COOP KULLKI WASI	5	Señaléticas	40X50 Centímetros	SI	
COOP KULLKI WASI	2	Artes de prensa		SI	
OBSERVACIONES: Diseños diferentes					
FIRMA RESPONSABLES:					



PIXXEL PUBLICIDAD
REQUISICIÓN DE MATERIALES N° 009

FECHA DE PEDIDO: 27/01/2022

FECHA DE ENTREGA: 27/01/2022

DEPARTAMENTO: Diseño

RESPONSABLE: Ing. Maximiliano Munckel

ORDEN DE TRABAJO N°9

OBSERVACIONES:

CÓDIGO	UNIDAD	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS/ PRODUCTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1265	Metros 2	1	Adhesivo	1,95	1,95
1665	Metros 2	1	Sintra	5,37	5,37
	Metros 2	1	Tinta	0,91	0,91

Firmas Responsables:

EMPRESA PIXXEL PUBLICIDAD											
CLIENTE: COOP KULLKI WASI				ORDEN DE PRODUCCIÓN N°: 9				HOJA DE COSTOS N° 11			
ARTÍCULO: Señaléticas 40X50 Centímetros				CANTIDAD : 5							
FECHA DE INICIO: 27/01/2022				PRECIO DE VENTA: 7							
FECHA DE TERMINACIÓN: 27/01/2022				PRECIO TOTAL: 35,00							
MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA				CIF			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	CANTIDAD MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Adhesivo	1	1,95	1,95	Diseñador	60	0,07	4,35	Energía Eléctrica	80	0,15	0,20
Sintra	1	5,37	5,37					Arriendo	80	0,56	0,74
								Agua	10	0,01	0,00
MATERIA PRIMA INDIRECTA				MANO DE OBRA INDIRECTA				Internet	30	0,04	0,02
Tinta	1	0,91	0,91	Operario 3	45	0,06	2,48	Depreciación	80	1,60	2,13
								Teléfono	15	0,05	0,73
RESUMEN											
Materia Prima Directa			\$	7,33							
Mano de Obra Directa			\$	4,35							
Costos Indirectos de Fabricación			\$	7,22							
TOTAL COSTO			\$	18,89							
										COSTO UNITARIO	\$ 3,78

EMPRESA PIXXEL PUBLICIDAD								HOJA DE COSTOS N° 12			
CLIENTE:		COOP KULLKI WASI						ORDEN DE PRODUCCIÓN N°:		9	
ARTÍCULO:		Artes de prensa						CANTIDAD :		2	
FECHA DE INICIO:		27/01/2022						PRECIO DE VENTA:		20	
FECHA DE TERMINACIÓN:		27/01/2022						PRECIO TOTAL:		40,00	
MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA				CIF			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	CANTIDAD MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
				Diseñador	240	0,07	17,40	Energía Eléctrica	240	0,15	0,61
								Internet	60	0,04	0,04
								Depreciación	240	0,43	1,74
								Arriendo	240	0,56	2,22
								Teléfono	60	0,05	0,05
RESUMEN											
Materia Prima Directa			\$	-							
Mano de Obra Directa			\$	17,40							
Costos Indirectos de Fabricación			\$	4,65							
TOTAL COSTO			\$	22,06							
										COSTO UNITARIO	\$ 11,03

Venta


PIXXEL PUBLICIDAD RUC: 1803308111001 Servicios Publicitarios		FACTURA N° 001-001-0001988 AUT. SRI 11125589	
FECHA:	27/01/2022		
NOMBRE	COOP KULLKI WASI		
RUC:	1894571594001		
DIREC:	Martinez y Juan B. Vela		
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
5	Señaléticas	7,00	35,00
2	Artes de prensa	20,00	40,00
Base Imponible			75,00
IVA 12%			9,00
Total			84,00
_____ Cliente		_____ Vendedor	


Registro contable

	59			
27/01/2022	Productos en Proceso			8,24
		Inventarios		1,95
		Adhesivo	1,95	
		CIF		6,28
		Sintra	5,37	
		Tinta	0,91	
	P/R Requisición N° 9			
	60			
27/01/2022	Productos en Proceso			6,84
		Mano de Obra Directa		4,35
		Diseñador	4,35	
		Mano de Obra Indirecta		2,48
		Auxiliar	2,48	
	P/R MO Hoja de Costos N°11			
	61			
27/01/2022	Productos en Proceso			3,82
		CIF		3,82
		Energía Eléctrica	0,20	
		Arriendo	0,74	
		Agua	0,00	
		Internet	0,02	
		Depreciación	2,13	
		Teléfono	0,73	
	P/R CIF Hoja de Costos N°11			

	62			
27/01/2022	Producto Terminados			18,89
		Productos en proceso		18,89
	P/R Orden de Producción N°9			
	63			
27/01/2022	Productos en Proceso			17,40
		Mano de Obra Directa		17,40
		Diseñador	17,40	
	P/R MO Hoja de Costos N°12			
	64			
27/01/2022	Productos en Proceso			4,65
		CIF		4,65
		Energía Eléctrica	0,61	
		Internet	0,04	
		Depreciación	1,74	
		Arriendo	2,22	
		Teléfono	0,05	
	P/R CIF Hoja de Costos N°12			
	65			
27/01/2022	Producto Terminados			22,06
		Productos en proceso		22,06
	P/R Orden de Producción N°9			
	66			
27/01/2022	Caja-Bancos			76,20
	Cheque N°4589		76,20	
	Retención en la Fuente IVA			6,30
	IVA 70%		6,30	
	Retención en la Fuente IR			1,50
	IR 2%		1,50	
		Ventas		75,00
		Señaléticas	35,00	
		Artes de prensa	40,00	
		IVA Cobrado		9,00
	P/R Factura Ventas N°1988			
	67			
27/01/2022	Costo de Ventas			18,89
		Productos Terminados		18,89
	P/R Costo de Ventas OP N°9			
	68			
27/01/2022	Costo de Ventas			22,06
		Productos Terminados		22,06
	P/R Costo de Ventas OP N°9			

El día 30/01/2022 se da la Orden de Trabajo N°10: Impresión de 30 Metros cuadrados de Microperforado para el Sr. Diego Aguilar.

		PIXXEL PUBLICIDAD ORDEN DE TRABAJO N° 10			
FECHA DE PEDIDO: 30/01/2022		FECHA DE ENTREGA: 30/01/2022			
CLIENTE	CANTIDAD	PRODUCTO/SERVICIO	MEDIDAS	DEPARTAMENTO	
				DISEÑO	TALLER
DIEGO AGUILAR	30	Microperforado	30 Metros cuadrados		
OBSERVACIONES: Sin Diseño, solo impresión FIRMA RESPONSABLES: <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="border-bottom: 1px solid black; width: 150px;"></div> <div style="border-bottom: 1px solid black; width: 150px;"></div> </div>					

		PIXXEL PUBLICIDAD REQUISICIÓN DE MATERIALES N° 010			
FECHA DE PEDIDO: 30/01/2022					
FECHA DE ENTREGA: 30/01/2022					
DEPARTAMENTO: Diseño		RESPONSABLE: Ing. Maximiliano Munckel			
ORDEN DE TRABAJO N°10					
OBSERVACIONES:					
CÓDIGO	UNIDAD	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS/ PRODUCTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1265	Metros 2	30	Microperforado	4,20	126,00
	Metros 2	30	Tintas	0,91	27,37
Firmas Responsables: <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="border-bottom: 1px solid black; width: 150px;"></div> <div style="border-bottom: 1px solid black; width: 150px;"></div> </div>					

EMPRESA PIXXEL PUBLICIDAD											
CLIENTE: DIEGO AGUILAR						HOJA DE COSTOS N° 13					
ARTÍCULO: Microperforado						ORDEN DE PRODUCCIÓN N°: 10					
FECHA DE INICIO: 30/01/2022						CANTIDAD : 30					
FECHA DE TERMINACIÓN: 30/01/2022						PRECIO DE VENTA: 14					
						PRECIO TOTAL: 420,00					
MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA				CIF			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	CANTIDAD MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Microperforado	30	4,20	126,00					Energía Eléctrica	2400	0,15	6,10
								Internet	900	0,04	0,53
								Depreciación	2400	1,60	63,86
MATERIA PRIMA INDIRECTA				MANO DE OBRA INDIRECTA				Arriendo	2400	0,56	22,22
Tinta	30	0,91	27,30	Operario 4	600	0,06	33,12	Teléfono	450	0,05	0,36
RESUMEN											
Materia Prima Directa			\$	126,00							
Mano de Obra Directa			\$	-							
Costos Indirectos de Fabricación			\$	153,50							
TOTAL COSTO			\$	279,50							
										COSTO UNITARIO	\$ 9,32

Venta:

PIXXEL PUBLICIDAD RUC: 1803308111001 Servicios Publicitarios		FACTURA N° 001-001-0001989 AUT. SRI 11125589	
FECHA: 30/01/2022 NOMBRE DIEGO AGUILAR RUC: 1808963215001 DIREC: Castillo 7-20 y Juan B. Vela			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
30	Microperforado	14,00	420,00
		Base Imponible	420,00
		IVA 12%	50,40
		Total	470,40
_____ Cliente		_____ Vendedor	

Registro

		69		
30/01/2022	Productos en Proceso			153,30
	Inventarios			126,00
	Microperforado	126,00		
	CIF			27,30
	Tinta	27,30		
	P/R Requisición N° 10			
		70		
30/01/2022	Productos en Proceso			33,12
	Mano de Obra Indirecta			33,12
	Auxiliar	33,12		
	P/R MO Hoja de Costos N°13			
		71		
30/01/2022	Productos en Proceso			93,08
	CIF			93,08
	Energía Eléctrica	6,10		
	Internet	0,53		
	Depreciación	63,86		
	Arriendo	22,22		
	Teléfono	0,36		
	P/R CIF Hoja de Costos N°13			

	72			
30/01/2022	Producto Terminados			279,50
		Productos en proceso		279,50
	P/R Orden de Producción N°10			
	73			
30/01/2022	Caja-Bancos			470,40
	Cheque N°245		470,40	
		Ventas		420,00
		Microperforado	420,00	
		IVA Cobrado		50,40
	P/R Factura Ventas N°1989			
	74			
30/01/2022	Costo de Ventas			279,50
		Productos Terminados		279,50
	P/R Costo de Ventas OP N°10			

Y finalmente el día 31/01/2022 realizó las siguientes transacciones:

Compra de materiales: 1 Rollo de microperforado de 50x1.50mtr. y 10 Roll ups de aluminio de 2x0.8 a Big Medios cheque N°252 a 30 días.

BIG MEDIOS			
FECHA: 31/01/2022			
PAGO: A crédito 30 días		Cheque N° 252	
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Rollo de microperforado	315,00	315,00
10	Bases enrollables	17,86	178,60
BASE IMPONIBLE			493,60
IVA 12%			59,232
TOTAL A PAGAR			552,83

PROVELEC			
FECHA: 31/01/2022			
PAGO: Efectivo			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
20	Lámparas fluorescente	1,60	32,00
2	Rollos cinta doble faz	4,50	9,00
10	Balastros	7,50	75,00
BASE IMPONIBLE			116,00
IVA 12%			13,92
TOTAL A PAGAR			129,92

DIPAC S.A.			
FECHA: 31/01/2022			
PAGO: Efectivo			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
5	Fundas de sueldas	3,48	17,40
BASE IMPONIBLE			17,40
IVA 12%			2,088
TOTAL A PAGAR			19,49

	81			
31/01/2022	Productos en Proceso			22,99
		CIF		22,99
		Energía Eléctrica	2,14	
		Arriendo	7,84	
		Agua	0,02	
		Internet	0,12	
		Depreciación	12,80	
		Teléfono	0,08	
	P/R CIF Hoja de Costos N°15			
	82			
31/01/2022	Producto Terminados			183,06
		Productos en proceso		183,06
	P/R Orden de Producción N°11			
	83			
31/01/2022	Caja-Bancos			558,80
	Cheque N°4545		558,80	
	Retención en la Fuente IVA			46,20
	IVA 70%		46,20	
	Retención en la Fuente IR			11,00
	IR 2%		11,00	
		Ventas		550,00
		Artes Prensa	40,00	
		Rótulo luminoso	510,00	
		IVA Cobrado		66,00
	P/R Factura Ventas N°1990			
	84			
31/01/2022	Costo de Ventas			13,37
		Productos Terminados		13,37
	P/R Costo de Ventas OP N°11			
	85			
31/01/2022	Costo de Ventas			183,06
		Productos Terminados		183,06
	P/R Costo de Ventas OP N°11			

Orden de Trabajo N°11: Diseño de 2 artes para publicaciones y elaboración de 1 Rótulo Luminoso de 5.00x1.20 Metros para Cooperativa Kullki Wasi.

		PIXXEL PUBLICIDAD			
		ORDEN DE TRABAJO			
		N° 11			
FECHA DE PEDIDO:		31/01/2022		FECHA DE ENTREGA: 31/01/2022	
CLIENTE	CANTIDAD	PRODUCTO/SERVICIO	MEDIDAS	DEPARTAMENTO	
				DISEÑO	TALLER
COOP KULLKI WASI	2	Artes Prensa		SI	
COOP KULLKI WASI	1	Rótulo luminoso	2.00X0.80 Metros	SI	SI
OBSERVACIONES: Diseños diferentes					
FIRMA RESPONSABLES:					



**PIXXEL PUBLICIDAD
REQUISICIÓN DE MATERIALES N° 011**

FECHA DE PEDIDO: 31/01/2022

FECHA DE ENTREGA: 31/01/2022

DEPARTAMENTO: Taller

RESPONSABLE: Sr. Ulfredo Borja

ORDEN DE TRABAJO N°11

OBSERVACIONES:


CÓDIGO	UNIDAD	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS/ PRODUCTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1265	Metros 2	12	Panaflex	1,60	19,20
	Cuartos Ltr.	4	Pintura	1,50	6,00
	Cuartos Ltr.	4	Sintético	1,75	7,00
	Cuartos Ltr.	4	Tiñer	0,28	1,13
	U	7	Tubos	3,82	26,74
	U	3	Sueldas	0,29	0,87
	U	5	Lámparas	1,60	8,00
	U	4	Balastro	0,72	2,89
	Cuartos Ltr.	1	Pegamento	7,50	7,50
	Metros 2	12	Tintas	0,91	10,95

Firmas Responsables:

EMPRESA PIXXEL PUBLICIDAD											
CLIENTE: COOP KULLKI WASI						HOJA DE COSTOS N° 14					
ARTÍCULO: Artes Prensa						ORDEN DE PRODUCCIÓN N°: 11					
FECHA DE INICIO: 31/01/2022						CANTIDAD : 2					
FECHA DE TERMINACIÓN: 31/01/2022						PRECIO DE VENTA: 20					
						PRECIO TOTAL: 40,00					
MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA				CIF			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	CANTIDAD MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
				Diseñador	120	0,07	8,70	Energía Eléctrica	120	0,15	0,31
								Internet	60	0,04	0,04
								Depreciación	120	1,60	3,19
								Arriendo	120	0,56	1,11
								Teléfono	30	0,05	0,02
RESUMEN											
Materia Prima Directa			\$	-							
Mano de Obra Directa			\$	8,70							
Costos Indirectos de Fabricación			\$	4,67							
TOTAL COSTO			\$	13,37							
										COSTO UNITARIO	\$ 6,69

EMPRESA PIXXEL PUBLICIDAD								HOJA DE COSTOS N° 15			
CLIENTE:		COOP KULLKI WASI						ORDEN DE PRODUCCIÓN N°:		11	
ARTÍCULO:		Rótulo luminoso						CANTIDAD :		1	
FECHA DE INICIO:		31/01/2022						PRECIO DE VENTA:		510	
FECHA DE TERMINACIÓN:		31/01/2022						PRECIO TOTAL:		510,00	
MATERIA PRIMA DIRECTA				MANO DE OBRA DIRECTA				CIF			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	CANTIDAD MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CONCEPTO	MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Panaflex	12	1,60	19,20	Diseñador	60	0,07	4,35	Energía Eléctrica	840	0,15	2,14
Tubos	7	3,82	26,74	Operario 1	360	0,07	26,11	Arriendo	840	0,56	7,84
Lámparas	5	1,60	8,00	Operario 2	360	0,07	26,11	Agua	120	0,01	0,02
								Internet	180	0,04	0,12
MATERIA PRIMA INDIRECTA				MANO DE OBRA INDIRECTA				Depreciación	480	1,60	12,80
Pintura	4	1,50	6,00	Operario 3	240	0,06	13,25	Teléfono	90	0,05	0,08
Sintético	4	1,75	7,00								
Tiñer	4	0,28	1,13								
Sueldas	3	0,29	0,87								
Balastro	1	7,50	7,50								
Pegamento	4	0,72	2,89								
Tinta	12	0,91	10,92								
RESUMEN											
Materia Prima Directa			\$	53,94							
Mano de Obra Directa			\$	56,56							
Costos Indirectos de Fabricación			\$	72,55							
TOTAL COSTO			\$	183,06							
										COSTO UNITARIO	\$ 183,06

Venta:

PIXXEL PUBLICIDAD		FACTURA N°	
RUC: 1803308111001		001-001-0001990	
Servicios Publicitarios		AUT. SRI 11125589	
FECHA:	31/01/2022		
NOMBRE	COOP KULLKI WASI		
RUC:	1894571594001		
DIREC:	Martinez y Juan B. Vela		
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Artes Prensa	20,00	40,00
1	Rótulo luminoso	510,00	510,00
		Base Imponible	550,00
		IVA 12%	66,00
		Total	616,00
<hr/> Cliente Vendedor			

Registro:

		86		
31/01/2022	IVA Cobrado			482,52
		IVA Pagado		213,01
		Retencion en la Fuente IVA		156,24
		IVA 70%	156,24	
		IVA por Pagar		113,27
	P/R Liquidación IVA Mes Enero			
		87		
31/01/2022	IVA por Pagar			113,27
		Caja-Bancos		113,27
		Efectivo	113,27	
	P/R Pago Impuestos SRI			
		88		
31/01/2022	CIF			45,00
	Energía Eléctrica		45,00	45,00
		Cuentas por Pagar		
	P/R CIF			
		89		
31/01/2022	CIF			400,00
	Arriendo		400,00	
	IVA Pagado			48,00
		Caja-Bancos		448,00
		Efectivo	400,00	
	P/R CIF			

	90			
31/01/2022	CIF		8,50	
	Agua	8,50		
		Cuentas por Pagar		8,50
	P/R CIF			
	91			
31/01/2022	CIF		25,50	
	Internet	25,50		
	IVA Pagado		3,06	
		Cuentas por Pagar		28,56
	P/R CIF			
	92			
31/01/2022	CIF		255,46	
	Depreciación	255,46		
		Depreciación Acumulada		255,46
	P/R CIF			
	93			
31/01/2022	CIF		35,00	
	Teléfono	35,00		
	IVA Pagado		4,20	
		Cuentas por Pagar		39,20
	P/R CIF			
	93			
31/01/2022	Gasto Sueldo		2.250,00	
	Gasto Décimo Tercer Sueldo		187,50	
	Gasto Décimo Cuarto Sueldo		156,25	
	Gasto Fondo de Reserva		187,50	
	Gasto Vacaciones		93,75	
	Gasto Aporte Patronal		273,38	
		Sueldos por Pagar		2.037,38
		Décimo Tercer Sueldo por Pagar		187,50
		Décimo Cuarto Sueldo por Pagar		156,25
		Fondo de Reserva por Pagar		187,50
		Vacaciones por Pagar		93,75
		Aporte Patronal por Pagar		273,38
		Aporte Personal por Pagar		212,63
	P/R Rol de Pagos del mes de Enero			
	89			
31/01/2022	Mano de Obra Indirecta		1.574,19	
	Mano de Obra Directa		1.574,19	
		Gasto Sueldo		2.250,00
		Gasto Décimo Tercer Sueldo		187,50
		Gasto Décimo Cuarto Sueldo		156,25
		Gasto Fondo de Reserva		187,50
		Gasto Vacaciones		93,75
		Gasto Aporte Patronal		273,38
	P/R Cargo MO			
	90			
31/01/2022	CIF		1.366,66	
		Mano de Obra Indirecta		1.366,66
	P/R Cargo MO al CIF			
	91			
31/01/2022	Inventario Productos en Proceso			
		CIF		
		Mano de Obra Directa		

El control del inventario se realizó mediante las tarjetas kárdex, a continuación el movimiento de cada material a utilizar.

Metro 2 Lona	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
PP	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total
Saldo Inicial							80,00	1,40	112,00
03/01/2022	240,00	1,40	336,00				320,00	1,40	448,00
05/01/2022				8	1,40	11,20	312,00	1,40	436,80
09/01/2022				4,5	1,40	6,30	307,50	1,40	430,50
09/01/2022				9,6	1,40	13,44	297,90	1,40	417,06
Metro2 Vinil	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
PP	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total
Saldo Inicial							81	1,95	158,00
03/01/2022	81	1,95	158,00				162	1,95	316,00
10/01/2022				1	1,95	1,95	161	1,95	314,05
Metro2 Microperforado	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
PP	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total
Saldo Inicial							75	4,20	315,00
10/01/2022				30	4,20	126,00	45	4,20	189,00
11/01/2022	75	4,20	315,00				120	4,20	504,00
Metro2 Panaflex	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
PP	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total
Saldo Inicial							75	1,60	120,00
05/01/2022				12	1,60	19,20	63	1,60	100,80
13/01/2022				12	1,60	19,20	51	1,60	81,60
Tubo	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
PP	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total
Saldo Inicial							10	3,82	38,20
03/01/2022	50	3,82	191,00				60	3,82	229,20
05/01/2022				7	3,82	26,74	53	3,82	202,46
05/01/2022				15	3,82	57,30	38	3,82	145,16
05/01/2022				4	3,82	15,28	34	3,82	129,88
09/01/2022				8	3,82	30,56	26	3,82	99,32
13/01/2022				7	3,82	26,74	19	3,82	72,58
Sintra Metro cuadrado	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
PP	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total
Saldo Inicial							2	5,37	10,75
03/01/2022	30	5,37	160,00				32	5,37	170,75
10/01/2022				1	5,37	5,37	31	5,37	165,37
Base enrollable	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
PP	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total
Saldo Inicial							5	17,86	89,30
03/01/2022	10	17,86	178,60				15	17,86	267,90
05/01/2022				5	17,86	89,30	10	17,86	178,60
09/01/2022				6	17,86	107,16	4	17,86	71,44
11/01/2022	10	17,86	178,60				14	17,86	250,04

Tintas 4 colores	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
PP	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total
Saldo Inicial							285	0,91	260,00
03/01/2022				8	0,91	7,30	277	0,91	252,70
05/01/2022				12	0,91	10,95	265	0,91	241,75
05/01/2022				45	0,91	41,05	220	0,91	200,70
09/01/2022				4,5	0,91	4,11	216	0,91	196,60
09/01/2022				9,6	0,91	8,76	206	0,91	187,84
10/01/2022				1	0,91	0,91	205	0,91	186,93
13/01/2022				12	0,91	10,95	193	0,91	175,98
Cinta Doble Faz	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
PP	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total
Saldo Inicial							25	0,18	4,50
03/01/2022	0	-	-	5	0,18	0,90	20	0,18	3,60
09/01/2022				6	0,18	1,08	14	0,18	2,52
11/01/2022	50	0,18	9,00				64	0,18	11,52
Pintura Negra 1/4 de litro	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
PP	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total
Saldo Inicial							4	1,50	6,00
03/01/2022	24	1,50	36,00				28	1,50	42,00
05/01/2022				4	1,50	6,00	24	1,50	36,00
05/01/2022	0	-	-	6	1,50	9,00	18	1,50	27,00
05/01/2022				2	1,50	2,25	17	1,50	24,75
09/01/2022	0	-	-	4	1,50	6,00	13	1,50	18,75
13/01/2022				4	1,50	6,00	9	1,50	12,75
Sintético 1/4 de litro	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
PP	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total
Saldo Inicial							4	1,75	7,00
03/01/2022	24	1,75	42,00				28	1,75	49,00
05/01/2022				4	1,75	7,00	24	1,75	42,00
05/01/2022	0	-	-	6	1,75	10,50	18	1,75	31,50
05/01/2022				2	1,75	2,63	17	1,75	28,88
09/01/2022	0	-	-	4	1,75	7,00	13	1,75	21,88
13/01/2022				4	1,75	7,00	9	1,75	14,88
Sueldas	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
PP	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total
Saldo Inicial							20	0,29	5,80
05/01/2022	0	-	-	3	0,29	0,87	17	0,29	4,93
05/01/2022				8	0,29	2,32	9	0,29	2,61
05/01/2022	0	-	-	4	0,29	1,16	5	0,29	1,45
09/01/2022				4	0,29	1,16	1	0,29	0,29
11/01/2022	60	0,29	17,40	0	-	-	61	0,29	17,69
13/01/2022				3	0,29	0,87	58	0,29	16,82
Tiñer 1/4 de litro	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
PP	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total
Saldo Inicial							2	0,28	0,57
03/01/2022	30	0,28	8,58				32	0,28	9,15
05/01/2022				4	0,28	1,13	28	0,28	8,01
05/01/2022	0	-	-	3	0,28	0,85	25	0,28	7,16
05/01/2022				1	0,28	0,28	24	0,28	6,88
09/01/2022	0	-	-	2	0,28	0,57	22	0,28	6,31
13/01/2022				4	0,28	1,13	18	0,28	5,18
Pegamento 1/4 de litro	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
PP	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total
Saldo Inicial							2	0,72	1,45
03/01/2022	30	0,72	21,88				32	0,72	23,33
05/01/2022				4	0,72	2,89	28	0,72	20,44
13/01/2022	0	-	-	1	0,72	0,72	27	0,72	19,71

Tubo Fluorescente	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
PP	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total
Saldo Inicial							10	1,60	16,00
05/01/2022	0	-	-	5	1,60	8,00	5	1,60	8,00
11/01/2022	20	1,60	32,00	0	-	-	25	1,60	40,00
13/01/2022	0	-	-	5	1,60	8,00	20	1,60	32,00
hojas papel	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
PP	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total
Saldo Inicial							20	0,01	0,18
05/01/2022	1000	0,01	9,00				1020	0,01	9,18
05/01/2022				1	0,01	0,01	1019	0,01	9,17
Lápices	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
PP	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total
Saldo Inicial							2	0,29	0,58
05/01/2022	24	0,29	7,00				26	0,29	7,58
05/01/2022				1	0,29	0,29	25	0,29	7,29
Balastos	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
PP	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total	Unidades	P. Unitario	Total
Saldo Inicial							5	7,50	37,50
05/01/2022	0	-	-	1	7,50	7,50	4	7,50	30,00
11/01/2022	10	7,50	75,00	0	-	-	14	7,50	105,00
13/01/2022	0	-	-	4	7,50	30,00	10	7,50	75,00

Para establecer los estados y terminar el ejercicio contable se realizan las mayorizaciones respectivas, así:

Inventario				Caja-Bancos			
FECHA	DEBE	HABER	SALDO	FECHA	DEBE	HABER	SALDO
01/01/2022	843,25		843,25	01/01/2022	1.850,00		1.850,00
03/01/2022	1.023,60	-	1.866,85	03/01/2022		335,40	1.514,60
05/01/2022		100,50	1.766,35	06/01/2022	279,40		1.794,00
09/01/2022		53,94	1.712,41	10/01/2022	616,00		2.410,00
12/01/2022		63,00	1.649,41	13/01/2022	640,08		3.050,08
16/01/2022		57,30	1.592,11	17/01/2022	571,20		3.621,28
19/01/2022		15,28	1.576,83	19/01/2022		17,92	3.603,36
23/01/2022		6,30	1.570,53	20/01/2022	114,24		3.717,60
24/01/2022		120,60	1449,93	23/01/2022	115,36		3.832,96
26/01/2022		30,56	1419,37	25/01/2022	335,28		4.168,24
27/01/2022		1,95	1417,42	27/01/2022	533,12		4.701,36
30/01/2022		126,00	1291,42	27/01/2022	76,20		4.777,56
31/01/2022	493,60		1785,02	30/01/2022	470,40		5.247,96
31/01/2022		53,94	1731,08	31/01/2022	558,80		5.806,76
	2360,45	629,37	1731,08		6160,08	353,3152	5806,765

Proveedores				Retención en la Fuente IVA			
FECHA	DEBE	HABER	SALDO	FECHA	DEBE	HABER	SALDO
03/01/2022	-	932,51	932,51	06/01/2022	23,10	-	23,10
31/01/2022		552,83	1.485,34	13/01/2022	52,92	-	76,02
	-	1.485,34	1.485,34	25/01/2022	27,72		103,74
				27/01/2022	6,30		110,04
				31/01/2022	46,20		156,24
					156,24	-	156,24
				31/01/2022		156,24	

Retención en la Fuente IR				IVA Pagado			
FECHA	DEBE	HABER	SALDO	FECHA	DEBE	HABER	SALDO
06/01/2022	5,50	-	5,50	03/01/2022	135,85	-	135,85
13/01/2022	12,60	-	18,10	19/01/2022	1,92		137,77
25/01/2022	6,60		24,70	31/01/2022	75,24		213,01
27/01/2022	1,50		26,20		213,01		-
31/01/2022	11,00		37,20	31/01/2022		213,01	
	37,20		37,20				

Mano de Obra Directa				Mano de Obra Indirecta			
FECHA	DEBE	HABER	SALDO	FECHA	DEBE	HABER	SALDO
05/01/2022	-	21,76	21,76	05/01/2022	-	6,87	6,87
09/01/2022		8,70	30,46	09/01/2022		13,25	20,12
09/01/2022		56,56	87,02	12/01/2022		49,68	69,80
12/01/2022		26,11	113,13	16/01/2022		33,12	102,92
16/01/2022		97,90	211,03	19/01/2022		6,62	109,54
19/01/2022		17,40	228,43	23/01/2022		4,97	114,51
23/01/2022		8,70	237,13	24/01/2022		13,25	127,76
23/01/2022		4,35	241,48	26/01/2022		30,91	158,67
24/01/2022		26,11	267,59	27/01/2022		2,48	161,16
26/01/2022		91,37	358,96	30/01/2022		33,12	194,28
27/01/2022		4,35	363,31	31/01/2022		13,25	207,53
27/01/2022		17,40	380,72		-	207,53	207,53
31/01/2022		8,70	389,42	31/01/2022	1.574,19		1.366,66
31/01/2022		56,56	445,98	31/01/2022		1.366,66	0
	-	445,98	445,98				
31/01/2022	1.574,19		1.128,21				

Ventas				IVA Cobrado			
FECHA	DEBE	HABER	SALDO	FECHA	DEBE	HABER	SALDO
06/01/2022	-	275,00	275,00	06/01/2022	-	33,00	33,00
10/01/2022		550,00	825,00	10/01/2022		66,00	99,00
13/01/2022		630,00	1.455,00	13/01/2022		75,60	174,60
17/01/2022		510,00	1.965,00	17/01/2022		61,20	235,80
20/01/2022		102,00	2.067,00	20/01/2022		12,24	248,04
23/01/2022		103,00	2.170,00	23/01/2022		12,36	260,40
25/01/2022		330,00	2.500,00	25/01/2022		39,60	300,00
27/01/2022		476,00	2.976,00	27/01/2022		57,12	357,12
27/01/2022		75,00	3.051,00	27/01/2022		9,00	366,12
30/01/2022		420,00	3.471,00	30/01/2022		50,40	416,52
31/01/2022		550,00	4.021,00	31/01/2022		66,00	482,52
	-	4.021,00	4.021,00		-	482,52	482,52
				31/01/2022	482,52		

Producto Terminados				Productos en Proceso			
FECHA	DEBE	HABER	SALDO	FECHA	DEBE	HABER	SALDO
06/01/2022	152,78	-	152,78	05/01/2022	108,70	-	108,70
06/01/2022	-	152,78	-	05/01/2022	28,62		137,32
09/01/2022	11,03		11,03	05/01/2022	15,46		152,78
10/01/2022		11,03	-	05/01/2022		152,78	-
10/01/2022	183,36		183,36	09/01/2022	8,70		8,70
10/01/2022		183,36	-	09/01/2022	2,33		11,03
13/01/2022	227,00		227,00	10/01/2022		11,03	-
13/01/2022		227,00	-	09/01/2022	90,55		90,55
17/01/2022	234,06		234,06	09/01/2022	69,81		160,37
17/01/2022		234,06	-	09/01/2022	22,99		183,36
20/01/2022	50,61		50,61	10/01/2022		183,36	-
20/01/2022		50,61	-	12/01/2022	104,05		104,05
23/01/2022	9,89		9,89	12/01/2022	75,79		179,84
23/01/2022		9,89	-	12/01/2022	47,16		227,00
23/01/2022	33,69		33,69	13/01/2022		227,00	-
23/01/2022		33,69	-	16/01/2022	79,97		79,97
25/01/2022	188,42		188,42	16/01/2022	131,02		210,99
25/01/2022		188,42	-	16/01/2022	23,07		234,06
27/01/2022	189,11		189,11	17/01/2022		234,06	-
27/01/2022		189,11	-	19/01/2022	21,60		21,60
27/01/2022	18,89		18,89	19/01/2022	24,03		45,63
27/01/2022		18,89	-	19/01/2022	4,99		50,61
27/01/2022	22,06		22,06	20/01/2022		50,61	-
27/01/2022		22,06	-	23/01/2022	8,70		8,70
30/01/2022	279,50		279,50	23/01/2022	1,19		9,89
30/01/2022		279,50	-	23/01/2022		9,89	-
31/01/2022	13,37		13,37	23/01/2022	10,41		10,41
31/01/2022		13,37	-	23/01/2022	9,32		19,72
31/01/2022	183,06		183,06	23/01/2022	13,96		33,69
31/01/2022		183,06	-	23/01/2022		33,69	-
	1.796,83	1.796,83	-	24/01/2022	130,44		130,44
				24/01/2022	39,35		169,79
				24/01/2022	18,63		188,42
				25/01/2022		188,42	-
				26/01/2022	45,29		45,29
				26/01/2022	122,28		167,57
				26/01/2022	21,53		189,11
				27/01/2022		189,11	-
				27/01/2022	8,24		8,24
				27/01/2022	6,84		15,07
				27/01/2022	3,82		18,89
				27/01/2022		18,89	-
				27/01/2022	17,40		17,40
				27/01/2022	4,65		22,06
				27/01/2022		22,06	-
				30/01/2022	153,30		153,30
				30/01/2022	33,12		186,42
				30/01/2022	93,08		279,50
				30/01/2022		279,50	-
				31/01/2022	8,70		8,70
				31/01/2022	4,67		13,37
				31/01/2022		13,37	-
				31/01/2022	90,25		90,25
				31/01/2022	69,81		160,07
				31/01/2022	22,99		183,06
				31/01/2022		183,06	-
					1.796,83	1.796,83	-

CIF				Costo de Ventas			
FECHA	DEBE	HABER	SALDO	FECHA	DEBE	HABER	SALDO
01/01/2022	339,58		339,58	06/01/2022	152,78	-	152,78
03/01/2022	108,46		448,04	10/01/2022	11,03		163,81
05/01/2022		8,20	439,84	10/01/2022	183,36		347,17
05/01/2022	-	15,46	424,37	13/01/2022	227,00		574,16
09/01/2022		2,33	422,05	17/01/2022	234,06		808,23
09/01/2022		36,61	385,43	20/01/2022	50,61		858,84
09/01/2022		22,99	362,44	23/01/2022	9,89		868,73
12/01/2022		41,05	321,39	23/01/2022	33,69		902,42
12/01/2022		47,16	274,23	25/01/2022	188,42		1.090,84
16/01/2022		22,67	251,56	27/01/2022	189,11		1.279,95
16/01/2022		23,07	228,49	27/01/2022	18,89		1.298,84
19/01/2022	16,00		244,49	27/01/2022	22,06		1.320,90
19/01/2022		6,32	238,17	30/01/2022	279,50		1.600,40
19/01/2022		4,99	233,19	31/01/2022	13,37		1.613,77
23/01/2022		1,19	231,99	31/01/2022	183,06		1.796,83
23/01/2022		4,11	227,89		1.796,83	-	1.796,83
23/01/2022		13,96	213,93	IVA por Pagar			
24/01/2022		9,84	204,09	FECHA	DEBE	HABER	SALDO
24/01/2022		18,63	185,46	31/01/2022		113,27	113,27
26/01/2022		14,73	170,73	31/01/2022	113,27		-
26/01/2022		21,53	149,20				
27/01/2022		6,28	142,91				
27/01/2022		3,82	139,09				
27/01/2022		4,65	134,44				
30/01/2022		27,30	107,14				
30/01/2022		93,08	14,06				
31/01/2022	133,40		147,46				
31/01/2022		4,67	142,79				
31/01/2022		36,31	106,47				
31/01/2022		22,99	83,48				
	597,44	513,95	83,48				
31/01/2022	1.366,66						

Establecimiento de resultados

Una vez que se ha presentado el desarrollo, se llega a la obtención de resultados uno de ellos es el estado de costos y de resultados como se presenta a continuación:

**ESTADO DE COSTOS DE VENTAS
PIXXEL PUBLICIDAD**

DEL A 1 AL 30 DE ENERO DE 2022

Inventario de Materia Prima	1.182,83
+ Compras de Inventario	1.775,06
= Materia Prima Disponible	2.957,89
- Inventario de Materia Prima Final	2.185,01
= Costo de Materia Prima	772,88
+ Costo de Mano de Obra Directa	445,98
+ Costo de Servicio Directo	-
+ Costo Indirectos	291,01
= Costo de Produccion del Periodo	1.509,87
+ Inv. Producto en Proceso	-
- Inv. Producto en Proceso Final	-
= Costo de Productos Terminados	1.509,87
+ Inv. Producto Terminado Inicial	-
= Producto Disponible a la Venta	1.509,87
- Inv. Producto Terminado Final	-
= Costo de Ventas	1.509,87



EL CONTADOR



EL GERENTE

**ESTADO DE RESULTADO
PIXXEL PUBLICIDAD
AL 31 DE ENERO DE 2022**

INGRESOS	
Ventas netas	1.455,00
EGRESOS	
Costo de ventas	1.509,87
UTILIDAD OPERACIONAL	2.964,87
GASTOS ADMINISTRATIVOS	529,94
GASTOS DE VENTAS	0
GASTOS FINANCIEROS	150,00
TOTAL GASTOS	679,94
UTILIDAD O PERDIDA NETA	3.644,81



EL CONTADOR



EL GERENTE

Por otro lado, con el análisis y estudio de los elementos de costos se estableció el costo real de cada producto puesto que la empresa manejaba precios empíricos y los que comúnmente están en el mercado, sin saber a ciencia cierta si ganan o pierden, así se muestra en la tabla 28:

Tabla 28. Costos reales

PRODUCTO	COSTO UNITARIO	UTILIDAD	PRECIO 1	PRECIO 2	DIFERENCIA	OBSERVACIÓN
	TOTAL					
CREACIÓN LOGO (Marca)	10,74	3,76	14,50	40,00	25,50	UTILIDAD
DISEÑO ARTES (Flyers, Afiches, Tarjetas)	6,69	2,34	9,03	20,00	10,97	UTILIDAD
LONA PUBLICITARIA IMPRESA (Gigantografías)	10,80	3,78	14,58	14,00	(0,58)	PÉRDIDA
MICROPERFORADO IMPRESO	13,60	4,76	18,36	19,00	0,64	UTILIDAD
ADHESIVO IMPRESO	11,35	3,97	15,33	16,00	0,67	UTILIDAD
ESTRUCTURA (Marco de Tubo)	10,70	3,75	14,45	17,00	2,55	UTILIDAD
ESTRUCTURA+LONA	22,62	7,92	30,54	26,00	(4,54)	PÉRDIDA
SEÑALÉTICAS EN SINTRA	18,02	6,31	24,32	35,00	10,68	UTILIDAD
AFICHE ENROLLABLE	30,71	10,75	41,46	55,00	13,54	UTILIDAD
RÓTULO LUMINOSO	39,20	13,72	52,93	65,00	12,07	UTILIDAD

Fuente: determinación de los costos reales – Brito (2023)

En la misma en ciertos productos hay pérdida, no es un valor significativo pero en cantidad ya representa. Además esta tabla ayuda a que la empresa establezca precios de acuerdo a la necesidad del cliente puesto que muchos son diseñadores que requieren un precio especial, así mismo hacer sus respectivos descuentos a clientes grandes.

Discusión de resultados

En la empresa no existe un sistema de costos que genere confianza para controlar y establecer información confiable, para tener claro los insumos que intervienen en el proceso de producción y conocer con certeza el precio de venta adecuado. Los costos se generan de manera empírica, es decir no se cuenta con un proceso sistemático para conocer el costo real, lo que, lejos de favorecer el desarrollo de la empresa, genera muchos inconvenientes, los mismos que se corrigen antes que el problema se torne irreversible.

Según Garrido et al. (2018), todas las empresas se esfuerzan por ser más competitivas, por colocar sus productos en el mercado y para lograrlo adoptan nuevos sistemas de costos, al dejar de lado los sistemas tradicionales, de acuerdo

con Sarmiento et al. (2018), estos últimos se refieren a sistemas que se enfocan en regiones o departamentos y tienen ciertas imprecisiones al considerar la asignación de costos; así como técnicas de gestión de costes que les permitan minimizarlos.

Un sistema de costos a la empresa le permite generar información confiable para efectuar una eficiente toma de decisiones, lo que además facilita el manejo de datos e información de forma confiable y en el momento que se lo requiera. Por lo tanto, es importante implementar un modelo de costos dentro de la empresa para tener un mayor control en los mismos y por ende una adecuada fijación de precios, de modo, que su implementación constituye un aspecto fundamental del proceso de planificación y por ende de los procesos que garantizan una adecuada gestión.

Para Kabana (2019) una gestión adecuada de los costos reduce los tiempos de los procesos porque existen pasos innecesarios que causan retrasos o ineficiencias. Facilita la medición y el cumplimiento de las metas operativas. Coll y Blasco (2020) plantean que las metas operativas son específicas y mensurables, como el crecimiento esperado de las ventas o los ahorros de mano de obra proyectados para un proyecto. Uribe (2021) manifiesta que la gestión de costes ayuda a perfeccionar el análisis de estos objetivos y su realización.

Los resultados demuestran que la empresa distribuye sus actividades mediante procesos para organizar y controlar los recursos, para cumplir con el pedido, dentro de los plazos y las condiciones señaladas, con lo cual, se genera la eliminación de problemas de rentabilidad y guiar a la empresa a alcanzar sus metas y objetivos. Además, la rentabilidad de la empresa es baja, debido a que no existe una adecuada estructura administrativa y contable que permita generar confianza, no solo con el cliente externo, sino también con los colaboradores de la empresa que tienen la certeza de la labor cumplida, al realizar una tarea bien hecha con los protocolos y las normas bien definidas, para la toma de decisiones oportuna.

Por su parte, Meleán y Torres (2021) consideran que la gestión de costes es una herramienta importante para la toma de decisiones en las empresas, especialmente en tiempos caracterizados por una gran incertidumbre y limitaciones. El propósito

es que se analice la gestión de costes desde el punto de vista de las cadenas de producción. Jiménez (2020) considera que las empresas necesitan información contable específica para realizar análisis y pronósticos, la contabilidad de costos es una opción. Sin embargo, los contextos cambiantes requieren la integración de métodos, medidas e informes de costos específicos con los elementos cualitativos proporcionados por la administración.

CONCLUSIONES

- Fundamentación teórica ayuda a comprender mejor los costos de la empresa como una parte clave de la gestión estratégica, para que la optimización de los recursos produzca una ventaja competitiva sostenible. Varios autores coinciden que es necesario orientar a la organización con enfoque en la gestión estratégica de costos, que consiste en ver las diferentes actividades que componen la cadena de valor desde una perspectiva global y permanente; para explorar las capacidades internas de la empresa y proyectarlas al entorno externo.
- Gracias al estudio de la situación actual, mediante la entrevista al gerente, se identificaron algunos aspectos, son varios productos y actividades que se elaboran, para ello, se han realizado esfuerzos por tener un control, para tratar de organizar un programa donde se registren las tareas a realizar para descartarlos uno por uno; pero, se genera un problema al momento de facturar muchas veces al tener que revisar lo que se hizo, lo que genera una pérdida de tiempo.
- De acuerdo con los resultados obtenidos, no hay correcto manejo de la información, lo que conlleva a la escasa disponibilidad de costos reales, no hay formatos, que genere seguridad para controlar y establecer información confiable, para tener claro los insumos que intervienen en el proceso de producción y conocer con certeza el precio de venta adecuado.
- La propuesta surge luego de obtener información que reveló varios problemas y así determinar su utilidad, lo que conlleva a la elaboración de formatos para trabajar en forma ordenada, con el objetivo de cubrir todas las necesidades y las expectativas del mercado, de modo, que se amplía la línea de servicios y se crea alternativas de producción para la ejecución de estructuras metálicas, vallas de carretera y rotulación, además, se adquiere la maquinaria necesaria y así brindar productos y servicios de calidad, en lo que se refiere a la parte publicitaria y gráfica.

RECOMENDACIONES

- Es importante que la empresa socialice los procesos que se dan dentro de la empresa, para que los empleados sepan y tenga claro de lo que necesitan realizar para cumplir con las metas de negocio. Sobre todo cumplan con sus funciones dentro de la misma. Acostumbrados a trabajar en forma empírica lo que se recomienda que trabajen en procesos.
- Para un adecuado control de materiales, de tiempos y servicios es necesario que la empresa comience y cumpla con los documentos de control propuestos en este proyecto de titulación, tales como la orden de trabajo, la requisición, la tarjeta Kardex, la tarjeta reloj, la hoja de costos y otros.
- Se sugiere aprovechar la tecnología gratuita y tratar de automatizar con la incorporación de las TICs en el ámbito de la empresa con un proceso completo que involucre la multiplicidad de dimensiones, para que se combinen las actividades con el uso de la tecnología en el desempeño de la empresa con especificidades tales que sean distintas entre sí, incluso únicas.
- Llevar a cabo el sistema propuesto mediante órdenes de producción para que la empresa tenga un adecuado control y registro contable de los productos y servicios que ofrecen. Estas ayudarán a tomar las mejores decisiones a la gerencia.
- Este modelo propuesto es perfectible en el tiempo ojalá en un futuro, de modo, que se adapte a las necesidades que cada situación lo requiera. Al mismo tiempo, se requiere de capacitación especial para el personal a cargo de las responsabilidades que involucran la gestión de costos en la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Arbeláez, J., & Franco, L. (2016). Riesgo operacional: reto actual de las entidades financieras. Obtenido de Revista Ingenierías Universidad de Medellín, vol.5 no.9 Medellín July/Dec: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-33242006000200009
- Ayre, I., & Chocce, J. (2019). Apalancamiento financiero para el crecimiento económico en las empresas constructoras de la ciudad de Huancayo. Obtenido de Universidad Nacional del Centro del Perú. Facultad de Contabilidad: <https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/1605/INFORME%20DE%20TESIS%20%284%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Biasca, N. (2019). Análisis financiero enfoque y proyecciones. Obtenido de Bogotá, Colombia: Ecoe ediciones: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30130732006>
- Blaser, J., Huidobro, J., Alvarado, L., & Jamett, I. (2019). Diseño de un modelo de gestión del costo y del plazo en el departamento de operaciones de una empresa prestadora de servicios de instalaciones eléctricas y montaje electromecánico en proyectos de construcción. Obtenido de Revista Ciencias Estratégicas, vol. 25, núm. 37, enero-junio, pp. 211-220: <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151353628011.pdf>
- Briozzo, A., Albanese, D., Pullés, Y., & Di Rocco, P. (2019). El papel del análisis financiero en la identificación de las incertidumbres sobre empresa en marcha. Obtenido de Forum Empresarial, vol. 24, núm. 2: <https://www.redalyc.org/journal/631/63165086004/63165086004.pdf>

- Bueno, E. (2019). La investigación científica: teoría y metodología. Zacatecas, México: Unidad Académica de Ciencias Sociales.
- Cabrera, M. (2018). La contabilidad de costos en la producción de bienes y servicios. Obtenido de Revisión bibliográfica actualizada (201 En-Contexto Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad, vol. 6, núm. 9, Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia, Colombia : <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=551857283010>
- Cárcaba, A. (2018). El uso de indicadores financieros en el análisis de la información contable pública. Una aplicación a los ayuntamientos asturianos. Obtenido de Revista Asturiana de Economía, 177-207. Universidad de Oviedo: doi:s11814-009-0200-0-177-208
- Chacón, G., Bustos, C., & Rojas, E. (2020). Los procesos de producción y la contabilidad de costos. Obtenido de Actualidad Contable Faces, vol. 9, núm. 12, enero-junio, pp. 16-26: <https://www.redalyc.org/pdf/257/25701203.pdf>
- Coll, E., & Blasco, J. (2020). Contabilidad, sistema y gerencia. Obtenido de Caracas, Venezuela. Pearson Educación: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17405710>
- Diez, J. (2017). La lógica difusa aplicada a los ratios financieros en el sector cooperativo del Ecuador. Obtenido de Revista UIDE 2(6), 64-82: [https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3581/1/6.%20%286%29%](https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3581/1/6.%20%286%29%20)
- Donoso, R., Ávila, C., & Prieto, P. (2018). Metodología de la investigación (Cuarta ed.). Mexico DF, Mexico: McGraw-Hill.

- Escalona, K., Paz, M., & Vilorio, M. (2019). Proyección estados financieros básicos: la situación económica y financiera en las pequeñas y medianas empresas (pymes). Obtenido de Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES, vol. 3, núm. 10 -Junio, pp. 126-134: <https://www.redalyc.org/journal/6219/621968042003/621968042003.pdf>
- Espejo, L., Robles, I., & Higuerey, Á. (2017). Apalancamiento financiero en las empresas manufactureras de Ecuador. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-0764201-1390-9304>
- Florez, S. (2018). El apalancamiento financiero y operativo un gran desafío para los negocios en Colombia. Obtenido de Universidad Libre Seccional Pereira. Facultad de Ingenierías Ingeniería Financiera: <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17344/EL%20APALANCAMIENTO%20FINANCIERO.pdf?sequence=1>
- García, O. (2019). Administración financiera fundamentos y aplicaciones (Cuarta ed.). Cali, Colombia: Prensa moderna impresores S.A. doi:<http://dx.doi.org/S0718-0764/s20-0718-0764>
- Garrido, I., Merino, L., Morales, N., & Chafra, J. (2018). Los sistemas de costos como herramienta fundamental en la administración de empresas. Obtenido de Observatorio Economía Latinoamericana. ISSN: 1696-8352: <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/02/costos-administracion-empresas.zip>
- Gómez, J., Martínez, M., & Martínez, Á. (2021). Los modelos de excelencia como herramientas de gestión. Obtenido de Revista de Contabilidad y Dirección. Vol. 19, año pp. 29-49: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/57986.pdf>
- Heredia, L. (2019). Gerencia de compras, la nueva estrategia competitiva. (2ª ed.). Obtenido de Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5518/551857283010/551857283010.pdf>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2016). Metodología de la Investigación. (6ta Edición ed.). Distrito Federal, México: The McGraw-Hill Companies, Inc. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Herrera, L. (2021). Metodología de la Investigación Científica. Ambato: Diamerino.

Horsford, R., & Bayarre, H. (2016). Metodología de la investigación científica. Obtenido de Ciencia e investigación científica: <http://files.sld.cu/issf/files/2009/02/curso-metodologia.pdf>

Ibarra, A. (2018). Una perspectiva sobre la evolución en la utilización de las razones financieras o ratios. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642-0060.1657-6276>

Iniesta, L. (2020). Diccionario de marketing y publicidad. Obtenido de Revista de gestión de inventarios: <http://books.google.com.ec/books?ei=TN9pT76sKc3rggfawrSoCA&hl=es&id=E65X10k9WIYC&dq=DICCIONARIO++DE+MARKETING&q=CIMPETENCIA#v=onepage&q=CIMPETENCIA&f=false>

Jiménez, W. (2020). Contabilidad de costos. Obtenido de Bogotá, Colombia: Fundación para la educación superior San Mateo: <https://www.redalyc.org/pdf/257/25746579006.pdf>

Kabana, J. (2019). Cuatro beneficios de una buena gestión de costos. Obtenido de Lector implementado por DIRCOM. Universidad de Piura: <https://www.udep.edu.pe/hoy/2018/08/cuatro-beneficios-de-una-buena-gestion-de-costos/>

Lalaleo, M. (2019). La administración financiera y la toma de decisiones en la Unidad Educativa Elite Celite de la ciudad Ambato. doi:<https://doi.org/10.1136/bmj.331.7531.1498>

- Masero, N., & López, J. (2019). El flujo de caja como determinante de la estructura financiera de las empresas españolas. Un análisis en tiempo de crisis. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2017.1853-9912>
- Matsumoto, R. (2019). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. Obtenido de Revista Perspectivas n.34 Cochabamba oct: #:~:text=El%20Modelo%20Servqual%2C%20mide%20la,%2C%20empatía%2C%20y%20elementos%20tangibles.
- Meleán, R., & Torres, F. (2021). Gestión de costos en las cadenas productivas: reflexiones sobre su génesis. Obtenido de Revista de Ciencias de la Administración y Economía. ISSN impreso: 1390-6291; ISSN electrónico: 1390-8618: <https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/21.2021.08>
- Molina, O. (2020). Nuevas técnicas de control y gestión de costos en búsqueda de la competitividad. Obtenido de Revista Actualidad Contable FACES, Año 6 No.6, Enero-Junio Venezuela, pp. 25-32: <https://www.redalyc.org/pdf/257/25701203.pdf>
- Muguirra, A. (2022). ¿Qué es la investigación descriptiva? QuestionPro. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>
- Olivé, L., & Villoro, V. (2018). Razones financieras. Obtenido de Revista de Análisis Financiero Vol 23 N°12: <https://www.rankia.co/blog/analisiscolcap/3598483-razones-financieras-liquidez-actividad-endeudamiento>
- Orellana, J. (2003). En compañía de una estrella. Seguridad, calma, narrativas, eficacia, esperanza. Obtenido de Centro de Estudios y Promoción del Buen Trato: <http://www.buentrato.cl>

- Palacio, M. (2020). La contabilidad de costos en la producción de bienes y servicios. Obtenido de Revisión bibliográfica actualizada: <https://www.redalyc.org/pdf/257/25746579006.pdf>
- Parella, S., & Martins, F. (2019). Metodología de la investigación. doi:jhdfS2007-78902021-hj.000800077
- Pazmiño, A. (2019). Diseño e Implantación de un modelo estratégico financiero para la toma de decisiones que Incidan en la rentabilidad para la pasteurizadora El Ranchito Cía, Ltda. Obtenido de Negocios y marketing: <http://es.scribd.com/doc/55118199/42/Metodos-cualitativos>
- Quintero, A., & Fernández, R. (2017). La auditoría de gestión y la perspectiva financiera del Cuadro de Orden Integral. Obtenido de Cofin Habana. vol.11 no.2 La Habana jul.-dic: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612017000200001
- Rivera, J. (2017). Estructura financiera y factores determinantes de la estructura de capital de las pymes del sector de confecciones del Valle del Cauca en el período 2010-2014. doi:<http://dx.doi.org/10.3989/redc.2017.4.869>
- Rojas, D. (2019). Contribución del sistema financiero al crecimiento económico en América Latina y Ecuador período 1970-2005. Review of Quantitative Finance and Accounting. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/7817/1/D-39529.pdf>
- Saavedra, M., Ochoa, E., & Carballo, B. (2020). Reflexión crítica de los sistemas de gestión de calidad: ventajas y desventajas. Obtenido de En-Contexto Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad, vol. 8, núm. 12: <https://www.redalyc.org/journal/5518/551865938006/551865938006.pdf>

- Sánchez, A. (2019). La rentabilidad económica y financiera de la gran empresa Española. Análisis de los factores determinantes. doi:<http://dx.doi.org/10.1045/february2019-weibel>
- Sanchis, J., & Melián, A. (2019). Rentabilidad y eficiencia de las entidades financieras de economía social en España. Obtenido de Revista Venezolana de Gerencia v.14 n.45 Maracaibo mar: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000100003
- Sarmiento, L., Cepeda, C., Mutis, P., & Pérez, O. (2018). Análisis de estados financieros para la toma de decisiones. Obtenido de Lima, Perú: Fondo Editorial: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47722020000300765
- Toaquiza, S. (2021). Control interno: una evaluación de riesgos financieros de los institutos técnicos y tecnológicos de la zona 3 del Ecuador basado en el modelo COSO. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Maestría en auditoría gubernamental y control de gestión: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33038/1/T5078M.pdf>
- Uribe, M. (2021). Costos para la toma de decisiones. Obtenido de Colombia: McGraw-Hill: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5518/551857283010/551857283010.pdf>
- Valderrama, B., Yosman, J., & Colmenares, L. (2019). Costo de la gestión laboral en el proceso productivo de una empresa manufacturera trujillana. Caso: Industrias Kel, C.A. Obtenido de Actualidad Contable Faces, vol. 19, núm. 33, julio-diciembre, pp. 96-111: <https://www.redalyc.org/pdf/257/25746579006.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Guion de entrevista



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema: Modelo de gestión de costos para la empresa PIXXEL PUBLICIDAD.

Objetivo: Determinar la necesidad de un sistema de gestión de costos dentro de la empresa PIXXEL PUBLICIDAD.

Guion de entrevista

1. ¿Qué actividad realiza su empresa?
2. ¿Cómo organiza las actividades de la empresa?
3. ¿Qué persona se encarga de recoger lo que requiere el cliente?
4. ¿Está dispuesto a reestructurar el manejo de costos?
5. ¿Cuentan con un sistema de costos para establecer precios?

Anexo 2. Formato de encuesta



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema: Modelo de gestión de costos para la empresa PIXXEL PUBLICIDAD.

Objetivo: Determinar la necesidad de un sistema de gestión de costos dentro de la empresa PIXXEL PUBLICIDAD.

1. ¿Cuenta la empresa con un Sistema de Gestión de Costos?
Sí () No ()
2. ¿De qué manera establecen los costos en la empresa "PIXXEL PUBLICIDAD"?
Forma técnica () Forma empírica ()
3. ¿Qué genera un sistema de costos?
Costos reales () Información confiable ()
4. ¿Considera usted que es importante manejar un modelo de costos?
Sí () No ()
5. ¿Los elementos y actividades de la empresa están distribuidos por?
Departamentos () Procesos ()
6. ¿Cómo califica la rentabilidad de la empresa?
Media () Baja ()
7. ¿Según su criterio para el mejoramiento de la Rentabilidad que factor influye?
Estructura de costos () Gestión administrativa ()
8. ¿Considera necesario mejorar los elementos que generan la rentabilidad?
Sí () No ()
9. ¿Para mejorar la Rentabilidad es necesario?
Estructurar la parte financiera () Cambiar modelo administrativo ()

Gracias por su gentil colaboración