



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

DEPARTAMENTO DE POSGRADOS

**MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y FINANZAS CON
MENCIÓN EN GERENCIA Y PLANEAMIENTO
TRIBUTARIO**

**Establecer un Sistema de Costos para las empresas que
ofertan servicios de contenidos en redes sociales, en la
Ciudad de Cuenca**

Autor:

Ing. José Robalino Sánchez

Director:

Ing. Jorge Espinoza Idrovo

Cuenca – Ecuador

2014

DEDICATORIA

Este trabajo lo quiero dedicar a mi esposa Lupita quien estuvo brindándome su apoyo incondicional en todo momento y fue el pilar fundamental para culminar este sueño. A mis hijos Fernando y Dianita, a mis nietos Mauricio, Dianita María y Abigail.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad del Azuay por el respaldo y las facilidades brindadas para culminar este esfuerzo. A mi Director el Ing. Com. Magister Jorge Espinoza Idrovo por su invaluable apoyo.

A mi Esposa e hijos por la ayuda que me han dado y por la paciencia que han tenido durante mis estudios y trabajo de tesis.

RESUMEN

La tecnología se encuentra avanzando a pasos agigantados y sus aplicaciones se vuelven muy necesarias en muchos órdenes de la vida personal y empresarial. Por este motivo he escogido el tema de manejo de comunidades en Facebook para emprender en campañas publicitarias muy dinámicas para las empresas y la determinación del costo de las mismas.

Se realiza el estudio de costos en la empresa donde laboro, ya que uno de los elementos del objeto social es precisamente la creación, personalización y manejo de contenidos en redes sociales a través de Facebook. Analizada la estructura de costos de la empresa, se optó por el sistema de costos de absorción y el método de sobre pedido. Por tanto se enfocan los tres elementos del costo, la materia prima asimilada con la compra del espacio en Facebook, la mano de obra que por ser realizada por profesionales académicos es eminentemente intelectual, parte importante del costo y los costos indirectos de fabricación.

Se complementa el estudio con un caso práctico que nos lleva a la determinación del costo de dos órdenes de trabajo y así poder plasmar la fundamentación teórica referida en esta investigación.

PALABRAS CLAVE

Sistema, mano de obra, costos, redes sociales

ABSTRACT

Technology is advancing rapidly and its applications become absolutely necessary in many areas of personal and business life. For this reason I have chosen Community Management in Facebook as the topic for this research in order to carry out more dynamic advertising campaigns for companies and determine their cost.

The costing study is performed at the company where I work, since one of the elements of corporate purpose is precisely the creation, customization and content management on social networks like Facebook. After analyzing the cost structure of the company, we chose the absorption costing system and the request method. Therefore, we focus on three elements of cost; the raw material assimilated with the purchase of space on Facebook, labor cost generated by academic professionals' intellectual work, and manufacturing overhead costs.

The research is complemented with a case study which determines the cost of two work orders and allows us to establish the theoretical foundation presented in this research.

KEYWORDS: System, Labor, Costs, Social Networks




Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido	
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE CUADROS	viii
INTRODUCCIÓN.....	9
CAPÍTULO I	10
MATERIALES Y MÉTODOS	10
1.1 LOS INICIOS DE LOS COMMUNITY MANNAGER.....	10
1.2.- EL IMPACTO DE FACEBOOK Y LOS ADS EN EL MOMENTO ACTUAL EN LOS NEGOCIOS	11
1.3.- LA CREACIÓN, PERSONALIZACIÓN Y MANEJO DE CONTENIDOS EN REDES SOCIALES Y ANUNCIOS PATROCINADOS EN FACEBOOK.....	12
1.4.- LA OFERTA DE ESTOS SERVICIOS	14
1.5.- COSTOS INDUSTRIALES VS COSTOS DE SERVICIOS	14
1.6.- LAS FORMAS DE FABRICACIÓN, LOS SISTEMAS DE ACUMULACIÓN Y LOS MÉTODOS DE CÁLCULO DE LOS COSTOS.....	17
1.7.- ELECCIÓN DE LA FORMA DE ELABORACIÓN, EL SISTEMA DE ACUMULACIÓN DE COSTOS Y EL MÉTODO MÁS APROPIADO PARA EL CASO	19
CAPÍTULO II	21
RESULTADOS	21
2.1.- LA ORDEN DE TRABAJO.....	21
2.2.- LA MATERIA PRIMA	23
2.3.- LA MANO DE OBRA DIRECTA Y SUS COMPONENTES.....	23
2.4.- COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	28
2.5.- EJERCICIO PRÁCTICO.....	31
CAPÍTULO III	47
DISCUSIÓN	47
CAPÍTULO IV.....	48
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	48

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49
ANEXOS	50

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Elementos del costo	18
Cuadro 2: Modelo de Orden de Trabajo	22
Cuadro 3: Mano de Obra	24
Cuadro 4: Tarjeta de Control de Asistencia	27
Cuadro 5: Tarjeta de Tiempo	28
Cuadro 6: Presupuesto Anual de Costos Indirectos	30
Cuadro 7: Libro Diario	33
Cuadro 8: Orden de Trabajo	35
Cuadro 9: Orden de Trabajo	36
Cuadro 10: Orden de Compra.....	37
Cuadro 11: Tarjeta de Tiempo	38
Cuadro 12: Tarjeta de Tiempo	39
Cuadro 13: Tarjeta de Tiempo	40
Cuadro 14: Tarjeta de Tiempo	41
Cuadro 15: Tarjeta de Tiempo	42
Cuadro 16: Tarjeta de Tiempo	43
Cuadro 17: Hoja de Costos.....	44
Cuadro 18: Presupuesto Mano de Obra	45

José Robalino Sánchez

“Trabajo de Graduación”

Jorge Iván Espinoza Idrovo

Noviembre 2014

Establecer un Sistema de Costos para las empresas que ofertan servicios de contenidos en redes sociales, en la Ciudad de Cuenca

INTRODUCCIÓN

El tema de costos, es un asunto de larga data, prácticamente toma fuerza con la revolución industrial y se especializa en las industrias de transformación. Para el profesional contable el costo está presente en toda actividad empresarial, he escogido el costo para empresas de servicios, aspecto no muy bien tratado y más aún para empresas que ofertan servicios como la creación, personalización y manejo de contenidos en redes sociales a través de Facebook, un tema nuevo en nuestro medio.

El Capítulo I se refiere los materiales y el método, se inicia con una ligerísima historia del avance tecnológico en el campo de las aplicaciones, un análisis detallado de las necesidades de costos de las diferentes actividades empresariales, una reseña de la forma de producción, así como de los sistemas y métodos de costos.

El Capítulo II se refiere a los tres elementos del costo con el debido razonamiento para la valoración y contabilización de cada uno de ellos, para el efecto se han diseñado los formularios necesarios que permitan el control y registro de los datos financieros y se concluye el trabajo investigativo con un ejercicio práctico que permite percibir la consecución del costo de elaboración.

En el Capítulo III se da la discusión y las razones para la elección de la forma, sistema y método de costeo requerido para las necesidades de la Empresa.

Finalmente, se exponen las conclusiones y las recomendaciones fruto de este trabajo.

CAPÍTULO I

MATERIALES Y MÉTODOS

Por tratarse de un tema relativamente nuevo a ventilarse en una investigación como la propuesta, se inicia el estudio con una ubicación del caso en el escenario práctico, esto es una empresa dedicada al manejo de contenidos en redes sociales, la misma que inicia sus operaciones en marzo de 2012, por lo que cobra actualidad.

Para el efecto se recurre a descubrir el punto central de lo que significa el manejo de contenidos en redes sociales, las implicaciones de esta nueva profesión de Community managers o Gestores de comunidad, de qué manera pueden influir en los clientes de las empresas a través de la red, la creatividad que deben poner en juego para sacar el mejor provecho de la estrategia publicitaria digital, hecho que esta revolucionando el mundo de la publicidad con resultados efectivos y a bajo costo.

Para la realización de este trabajo de tesis se utilizará el método deductivo, por cuanto es el que más se acomoda a las necesidades de la investigación. Partimos de hechos conocidos y de carácter general como las formas de producción que son producción por pedidos específicos, por lotes y de producción continua, cada una de esas formas tienen sus características propias. En cuanto a los sistemas tenemos los de Órdenes de Producción y Costos por Procesos, igualmente con sus peculiaridades. Finalmente los métodos de costeo que son variados y entre los más conocidos están el Costeo de Absorción, el Costeo Directo o Variable, Los Costos Estándar, los Costos ABC y los de la Contabilidad del Truput. De todo lo expuesto se escogerá uno que contenga la forma, el sistema y método más apropiado para el tipo de servicio que está en estudio y que satisfaga las exigencias de las necesidades de la empresa.

Se hace un análisis de las formas, de los métodos y de los sistemas de producción que nos conduzca a definir cuál es el método más apropiado para este tipo de prestación de servicios.

1.1 LOS INICIOS DE LOS COMMUNITY MANNAGER

Es el año 1996 el que marca el nacimiento de las redes sociales virtuales y posteriormente de los medios sociales ha cobrado paulatino protagonismo. El hecho de que una empresa no esté presente en las redes sociales, como antes no se concebía no estar en las páginas amarillas de la guía telefónica, hoy en día puede significar una pérdida importante especialmente en mantener la atención de sus clientes. Bajo esta necesidad nacieron los COMMUNITY MANAGER, que traducido al castellano son los GESTORES DE COMUNIDAD, que tienen como misión, sacarle el zumo al Facebook,

Twitter, YouTube, entre otros, a favor de una empresa o marca generar contenidos atractivos y convertir a estas en páginas indispensables para usuarios.

En los último cinco años el crecimiento del uso de las redes sociales para anunciarse en Internet y captar posibles consumidores de nuestro producto mediante la realización de concursos, juegos, promociones especiales, etc. Ha sido tal el impacto especialmente desde 2009, hasta el punto de ser casi imprescindible dentro de una agencia de publicidad o en el departamento de comunicación de cualquier empresa medianamente grande.

De hecho, cada año la publicidad en Internet sigue creciendo y creciendo mientras que lo que podríamos llamar publicidad convencional decae en cuanto a inversión por su alto coste o poca capacidad de segmentación poblacional.

1.2.- EL IMPACTO DE FACEBOOK Y LOS ADS EN EL MOMENTO ACTUAL EN LOS NEGOCIOS

Si Facebook fuese un país, este sería el 3 más poblado del mundo, solo detrás de China y la India, con una población superior a los 1,2 mil millones de usuarios a nivel mundial. Facebook continúa en crecimiento vertiginoso porque está permanentemente acoplándose a las necesidades tanto de los usuarios como de los negocios.

Los consumidores utilizan Facebook para conectarse con amigos, compartir fotos, reunirse con miembros de su familia, y para encontrar productos y servicios útiles y de moda. Todos los usuarios de Facebook poseen un perfil que tiene una imagen principal o avatar, una línea de tiempo que enlista las últimas actividades y comentarios de amigos; y una barra lateral que incluye espacio para fotos, información personal y otras aplicaciones.

Los negocios utilizan Facebook para encontrar clientes potenciales y conectarse con sus clientes actuales mediante el uso de las conexiones o plug-ins, para conseguir que sus sitios web sean más sociales, publicando contenidos muy útiles en sus páginas de Facebook y conduciendo campañas publicitarias altamente dirigidas dentro de la comunidad de Facebook. La principal herramienta para los negocios actuales es la Pagina de Facebook, que posee propiedades que permiten a los negociantes publicar contenido para conectarse con sus fans quienes responden a ese contenido y para analizar como los usuarios de Facebook hablan sobre sus negocios con sus contactos de Facebook.

Debido a que facebook provee características útiles para clientes y negocios, este se ha convertido en una plataforma muy atractiva para, prácticamente todas las industrias,

para que estas puedan conseguir objetivos muy específicos como: Incremento en la conciencia de marca: Todo tipo y tamaño de empresa están penetrando en la comunidad masiva de Facebook con publicidad y páginas.

Lanzamiento de Productos: Las marcas están utilizando Facebook para anunciar nuevos productos con campañas publicitarias y aplicaciones personalizadas como parte de su estrategia total de lanzamiento de producto.

Servicio al cliente: Más y más compañías se han dado cuenta que las páginas de asistencia al cliente, simplemente porque publican soluciones a problemas básicos del producto o respuestas a preguntas que se traducen en información importante que puede ser vista por muchos clientes. Las empresas también se han fijado que un creciente número de clientes esperan resolver sus problemas contactando a la página de Facebook.

Vender Productos y Servicios: Negocios como **ZIPCAR** están vendiendo sus servicios en Facebook a través del uso de aplicaciones de e-commerce que pueden ser adicionadas a su página de Facebook.

1.3.- LA CREACIÓN, PERSONALIZACIÓN Y MANEJO DE CONTENIDOS EN REDES SOCIALES Y ANUNCIOS PATROCINADOS EN FACEBOOK

La temática que se viene a continuación, para muchos es nueva, ya que vamos a tratar de comprender en que consiste el trabajo que realiza la empresa para sus clientes. Para el efecto he tomado la literatura que consta en el detalle de las facturas que se emiten para la mayoría de trabajos que realiza la empresa y que coincide con el título antes expuesto.

Por tanto vamos a comenzar analizando lo que hacen los técnicos encargados del desarrollo estratégico de un contenido para un cliente que será subida a la red.

- **Qué es la creación?.-** Es la génesis de las páginas en las plataformas de social media requeridas en la estrategia con el objeto de optimizarlas según la imagen de marca definida por la empresa. También es reconocer, encontrar y curar contenidos valiosos para la comunidad y que debe seguir la línea editorial que se encuentra planteada en la estrategia, en cuyo caso puede resultar muy necesario la colaboración de un diseñador gráfico que optimice el contenido.
- **Qué es la personalización?** Es el mecanismo de por el cual una empresa es perfectamente identificable por los clientes actuales y potenciales de una empresa, ya que su identidad visual es igual en todos los soportes de comunicación que

utiliza, porque las redes sociales forman parte integral de la estrategia de comunicación.

- **Qué es el manejo de contenido?:** Se dice contenido a todas las imágenes, textos o videos que se publican en una página. Cuando nos referimos al termino contenido estamos hablando de todo lo publicado, sin importar que le pertenezca o no a la empresa como tal; los videos que se publican en YouTube y son de interés para los seguidores, es también un contenido y **debe ser manejado** con el mismo interés y cuidado que cualquier publicación propia de la página.

¿Cómo trabaja una empresa que se dedica al manejo de redes sociales?:

En primer lugar están los encargados de ventas, quienes de primera mano deben conseguir toda la información referente a la empresa a la que se va a representar en internet; El vendedor trae la información y consigue una cita con el encargado de marketing de la empresa para que este dé a conocer al community manager que exactamente es lo que se quiere hacer:

- Promociones de productos o servicios,
- Lanzamiento de productos nuevos, información o servicio al cliente,
- Además de dar a conocer si es que el negocio posee o no una página en la red social; y,
- De qué tipo de página se trata.

En caso de no poseer una página en Facebook, **el primer paso** a realizar es la creación de la misma, como es de conocimiento general la creación de páginas no tiene costo alguno, es un proceso bastante simple que no toma un tiempo considerable. Lo que requiere conocimientos es la planeación de las imágenes que se utilizaran dentro de la identidad de la página que son el avatar o foto de perfil de página y la foto de portada.

El segundo paso en la línea de trabajo es la reunión del cliente con el departamento de marketing; en este punto el cliente proveerá de todo el material necesario y la información que requiera el encargado de marketing para la planeación de la estrategia y para transmitirle al community manager las necesidades de la empresa en el plano comunicacional.

El tercer paso es la creación de contenidos, estos, con el aval del departamento de marketing y siguiendo los lineamientos de la planeación de campaña, inician normalmente con una promoción por lanzamiento de la página para que por medio de este mecanismo el negocio se dé a conocer de manera más rápida.

Dentro de los planes de marketing, que no tocaremos, está el dar impulso a las publicaciones o a las páginas en general, para esto la empresa se refiere directamente a los precios establecidos por facebook; éste extracto viene de la página de ayuda de la red social.

1.4.- LA OFERTA DE ESTOS SERVICIOS

Por ser un servicio relativamente nuevo en el medio ecuatoriano y cuencano, las empresas que ofertan esta actividad son muy pocas, se considera que en nuestra ciudad no existen más de unas tres, pero la importancia de este recurso con seguridad marcará un acelerado crecimiento de su utilización, se multiplicarán los oferentes y nacerá una competencia descarnada por captar los clientes del mercado.

Por ahora, **LAMOTORADIGITAL CÍA. LTDA**, empresa base de nuestro estudio, es la líder del mercado local, debido a que ha logrado posicionarse ofertando un trabajo serio y en permanente renovación, ya que dos de sus socios que laboran para la empresa estudiaron en España y ganaron un premio internacional en éste país por su creatividad y ahora se disponen a realizar una pasantía en la Empresa **INTEL** de los Estados Unidos, a donde han sido invitados en consideración a sus logros antes citados.

Esta es parte de la estrategia de mantenerse como líder del mercado, se está preparando al personal, dándole estabilidad en el trabajo, remuneraciones razonables para una seguridad económica y apoyo a la iniciativa en el desempeño de sus labores.

Este trabajo es parte de esa estrategia, por cuanto busca brindar a los ejecutivos una herramienta de análisis práctico respecto a sus costos, a fin de puedan tomar decisiones acertadas respecto a los precios que se deben cobrar a los clientes, aspecto que de ser bien utilizado garantizará satisfacción mutua con los clientes y la permanencia en el mercado por mucho tiempo.

1.5.- COSTOS INDUSTRIALES VS COSTOS DE SERVICIOS

Vale la pena recordar que los costos y la Contabilidad de Costos se desarrollaron grandemente luego de la revolución industrial y ese campo fue la preocupación permanente de la profesión contable, fruto de lo cual nos encontramos con una bibliografía impresionante sobre el tema, no así como en el caso de los costos de servicios.

Sin embargo en mi cátedra y al analizar las diferentes actividades del quehacer empresarial, les digo a mis alumnos que éstas pueden clasificarse en:

- Empresas de Servicios
- Empresas Comerciales
- Empresas Industriales
- Empresas Agropecuarias
- Empresas Agroindustriales
- Empresas Extractivas
- Empresas Constructoras

Al analizar lo que hacen cada tipo de las empresas detalladas, pongo énfasis, como así lo hacen los tratadistas de la Contabilidad, en el hecho de que la Contabilidad de Costos es el campo especializado de las industrias de transformación, porque estamos conscientes que el Administrador necesita conocer el costo unitario de producir un artículo, para varios fines, pero uno primordial es el de tener este dato para poder establecer el **P.V.P.**, que es el **PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO**.

Este valor que es la suma del Costo Unitario más un porcentaje razonable de Utilidad Bruta, es el que le permitirá competir en el mercado frente a sus similares y determinará la permanencia o no del negocio en el tiempo.

Además de esta consideración, también comentamos con los estudiantes que los empresarios, sean de la actividad que sea necesitan conocer sus costos, así:

- Los empresarios de la actividad de servicios, también necesitan conocer sus costos, solo que los servicios que prestan no son unidades físicas plenamente identificables, sino que en algunos casos pueden requerir del concurso de materiales como en la hotelería, restaurantes, clínicas pero en otros su prestación parte exclusivamente de quien lo realiza como en el caso de los profesionales académicos. De cualquier manera, si es un hotelero puede importarle saber el valor de una noche de hospedaje, en el caso de un restaurante, el costo de un plato de comida, en caso de un médico el costo de una consulta, de un centro educativo, el costo de un día de clases, y en el caso que nos ocupa el costo de una aplicación. El problema, como podemos ver, es determinar la unidad de costeo.
- Las empresas comerciales que manejan inventarios de mercaderías, son quizá las que tienen menos dificultades en valorar sus costos de inventarios, porque las mercaderías que se compran se venden sin que estas sufran ningún cambio.
- Las empresas industriales, ya conocemos hasta la saciedad que su interés es conocer el costo de producir un artículo, pero como en todos los casos, siempre nos encontraremos con problemas de valoración.

- Las empresas agropecuarias tienen dos vertientes, la agraria que corresponde a la explotación del suelo con fines productivos y la pecuaria la crianza de animales con fines de consumo y para mascotas. En el primer caso, se puede establecer una unidad en una cosecha de papas, por ejemplo el costo de un saco de 50 kg. ; y, en el segundo, si se cría ganado para el consumo, cuánto cuesta un kg. de carne en pie de una res.
- En las agroindustrias, el asunto es un tanto más complejo, debido a que es la suma de dos campos de costos, uno es el agropecuario más el industrial. Un típico ejemplo es obtener el costo de un kg. de azúcar, partiendo desde la siembra de la caña hasta la culminación del proceso de refinación y ensacado del producto.
- Las empresas que se dedican a la explotación de recursos naturales, particularmente las que extraen del subsuelo, tienen un importante rubro de costo que es el de la prospección, este será un elemento influyente en la valoración final de la unidad extraída, como por ejemplo el costo de un barril de petróleo o de un gramo de oro.
- Finalmente, está la valoración del costo de una obra civil, la misma que implica la suma de todos costos incurridos, desde los estudios y aprobación, hasta la culminación de la obra.

Como resumen de todas las ideas expuestas podemos afirmar que todo empresario necesita conocer el costo de la unidad que produce, con la particularidad de los servicios, en donde la unidad de medida no está plenamente identificada por tratarse de una prestación.

Como corolario de lo tratado en este tema es necesario hacer ciertas puntualizaciones, con respecto a los costos de servicios.

- Ningún servicio es inventariable, por cuanto se trata de una prestación
- Su carácter intangible no requiere procesar materias primas, aunque hay ciertos servicios que pueden requerir el concurso de materiales, como la hotelería, las clínicas, restaurantes, centros educativos.
- El carácter de prestación hace que la demanda se anticipe a la oferta.
- Por lo mismo el cliente es actor directo de la prestación.
- Al no haber materias primas que se procesen, en muchas prestaciones de servicios el elemento del costo más importante es la remuneración a los trabajadores.

1.6.- LAS FORMAS DE FABRICACIÓN, LOS SISTEMAS DE ACUMULACIÓN Y LOS MÉTODOS DE CÁLCULO DE LOS COSTOS PRODUCCIÓN

Para poder elegir la forma, sistema y método apropiado para el caso de mi estudio, haré una brevísima exposición de los existentes y con un análisis reflexivo trataremos de encontrar lo que necesitamos.

1.6.1.- FORMAS DE PRODUCCIÓN

- **Fabricación por pedido específico.-** Esta es una forma de trabajar muy conocida y segura, ya que se asegura la venta de la producción, ya que no pueden hacerse más unidades de las requeridas. La teoría contable sugiere que para esta forma de producción se debe adecuar la planta de manera especializada, pero como se trata de servicios no hace falta observar esta característica.
- **Fabricación por lotes.-** Esta es una metodología tradicional en la que la empresa, en atención a los requerimientos del mercado, programa lotes de productos, que puede almacenar para luego ingresar al mercado, en donde tiene que luchar por clientes y negociar el precio. Para nuestro estudio, **ésta forma no calza en nuestras necesidades**, primero porque es un intangible que no puede hacerse anticipadamente y tampoco almacenarse.
- **Fabricación continua.-** En esta forma, la producción puede tener dos o más procesos continuos en donde la materia prima sufre transformaciones, hasta culminar la producción que implica un cierto número de productos. El costo de producción por ser en serie tiene la posibilidad de reducirse. La salida del producto está en función de la oferta y la demanda y de campañas publicitarias. Para nuestro ejemplo tampoco es asequible esta forma de elaboración.

1.6.2.- SISTEMAS DE ACUMULACIÓN DE COSTOS

En cuanto al procedimiento de acumulación de costos tenemos dos sistemas:

- Por órdenes de producción, y
- Por procesos

Si observamos las características de la forma de producción por pedidos específicos y por lotes, la profesión contable ha unificado estas dos formas en el sistema de Órdenes de Producción. El registro y control de los costos se hará a través de la Hoja de Costos.

En cuanto a la producción continua la profesión contable ha establecido el Sistema de Costos por Procesos como el idóneo por sus características. **Éste sistema de hecho no se asimila como para el motivo de estudio de esta tesis.**

1.6.3.- MÉTODOS DE COSTEO

La profesión contable, desde la revolución industrial hasta nuestros días, ha realizado un gran desarrollo de los métodos de costeo, así tenemos:

- **Costos de Absorción.-** Estos, conocidos como costos históricos, a pesar de ser de los primeros, aún se mantienen y representan la suma de los tres elementos del costo:

Cuadro 1: Elementos del costo

Materia Prima Directa + Mano de Obra Directa + Costos Indirectos de Fabricación ----- = COSTOS TOTAL DE FABRICACIÓN/UNIDADES PRODUCIDAS = COSTO UNITARIO DE FABRICACIÓN
--

Para las empresas de servicios, dado que muchas no tienen como elemento principal a la materia prima, **puede ser el más asequible para sus necesidades.**

- **Costeo Directo o Variable.-** Para los estudiosos de la Contabilidad de Costos, este método resulta ideal en las grandes industrias con altísima tecnología y en cuyos productos predomina la materia prima y como este es un elemento variable por excelencia, resulta un método recomendable. Aquí se excluyen los costos fijos, por cuanto no son elementos que se integran directamente al producto como la materia prima.
- **Costos Estándar o Predeterminados.-** La estandarización de la producción y el conocimiento profundo de estos costos, puede llevarnos a éste método, en donde los costos se presupuestan y se estandarizan de manera precisa, lo que garantiza su utilización.
- **Costos ABC.-** Dos profesores norteamericanos, **en 1986**, lanzaron su teoría de los costos ABC, Activity Based Costing que traducidos al castellano significan **Costos Basados en Actividades**. Estos se basan en la observación de la tendencia industrial de los últimos años, en que la mano de obra ha sido

sustituída por máquinas, dándose un incremento significativo de los Costos Indirectos de Fabricación, los mismos que deben reflejarse en todas las actividades de la empresa, por lo que, según esta tendencia, este método resulta muy recomendable para las industrias. Ahora las actividades son el centro del sistema contable y no los productos, porque las actividades son las que consumen recursos y no los productos, estos pasan a un segundo plano. Este sistema permite la asignación y distribución de los diferentes costos indirectos de acuerdo a las actividades realizadas, identifica el costo de cada actividad, tanto de producción como de distribución y venta, contribuyendo en la toma de decisiones sobre las líneas de productos, segmentos de mercados y relaciones con los clientes. Este método ayudaría a descubrir cuando una empresa es eficiente en producción y deficiente en administración y ventas o viceversa.

- **Costos del Truput.**- Eliyahu Goldratt, autor de la obra La Meta con su famosa teoría de las restricciones, también tiene su percepción muy propia del asunto y considera que los sistema de contabilidad no aportan con la información que un administrador moderno necesita y peor la contabilidad de costos tradicional. El aporte de Goldratt es a la mejora continua de las Empresas si se descubren las restricciones que sufren las fábricas en su producción. Esta teoría es un poco posterior a la de los Costos ABC. De lo que se conoce la teoría de Goldratt desató una ola de resistencia y hay quienes opinan al respecto como que la tendencia del autor citado es diametralmente opuesta a las de costos ABC. Dejemos que los estudiosos sigan confrontándose, que de ahí todos nos beneficiaremos con las conclusiones que surjan del debate.

Una anécdota al respecto. Recuerdo que cuando se puso de moda este teoría, en nuestra Universidad se dio una conferencia al respecto y la interpretación que dieron los alumnos a las palabras del conferencista era de que la **contabilidad no servía para nada.**

1.7.- ELECCIÓN DE LA FORMA DE ELABORACIÓN, EL SISTEMA DE ACUMULACIÓN DE COSTOS Y EL MÉTODO MÁS APROPIADO PARA EL CASO

Con todos los argumentos utilizados en los párrafos anteriores, para mi criterio la forma de elaboración es la de **ORDEN POR PEDIDO ESPECÍFICO** mismo que asegura la venta de acuerdo a las unidades requeridas, en lo que se refiere al sistema de acumulación de costos el de **COSTOS POR ÓRDENES DE PRODUCCIÓN** y en cuanto al método de costeo el de **COSTOS DE ABSORCIÓN** , en la que suma los tres costos necesarios para la producción.

Una vez que se ha realizado la elección de la forma, sistema y método más apropiados, a continuación se inicia el tratamiento de los tres elementos del costo.

Antes de iniciar el estudio es necesario pintar el escenario en el que se desarrolla el trabajo de la empresa. En la industria, todos los hechos económicos de la producción y que procesa la contabilidad de costos suceden normalmente en la planta, aquí es donde están casi todos los centros de costos que aportarán con datos.

En nuestra empresa hay una sólo oficina grande en donde se desarrollan todas las actividades, tanto de producción, administración y ventas; y, la inversión fija más importante son las computadoras donde el personal cumple su trabajo.

CAPÍTULO II

RESULTADOS

Un resultado sólo se puede apreciar con números, tratándose de la contabilidad, por lo que se propone un ejercicio corto que nos facilite apreciar el resultado final del sistema adoptado que es el de Costeo de Absorción, con la obtención del Costo Unitario de elaboración. El caso exige el registro de las transacciones en el Libro diario, la apertura de los Mayores auxiliares como son las Hojas de Costos y como complemento del trabajo se han elaborado las Órdenes de Trabajo, las Órdenes de Compra, las Tarjetas de Asistencia y las Tarjetas de Tiempo, lo que le da más realismo a la práctica.

2.1.- LA ORDEN DE TRABAJO

Este es un documento básico, pues en él se plasma el acuerdo empresa-cliente para proceder a elaborar un pedido. La estructura de este documento se basa en los condicionantes mutuos, pero lo más importante, casa adentro, son las fechas de inicio y entrega, sobre todo la última que no debe sobrepasar la fecha estipulada porque todo está sujeto a un calendario, como por ejemplo: la promoción de un producto en días feriado, al producirse un atraso se perdería la oportunidad.

El tiempo está técnicamente calculado y debe cumplirse en el lapso propuesto, con el personal seleccionado, salvo imponderables no previstos.

Un modelo de Orden de Trabajo se presenta a continuación en el Cuadro No 2

Cuadro 2: Modelo de Orden de Trabajo

LAMOTORADIGITAL CIA. LTDA.
ORDEN DE TRABAJO No _____
LUGAR Y FECHA: _____
CLIENTE: _____
SERVICIO A PRESTAR: _____
FECHA DE INICIO: _____
FECHA DE TERMINACIÓN: _____
FECHA DE ENTREGA: _____
ESPECIFICACIONES: _____
OBSERVACIONES: _____
_____ JEFE DE PROYECTOS

2.2.- LA MATERIA PRIMA

Como ya dejamos establecido anteriormente, las actividades de servicio no tienen la necesidad de procesar físicamente ningún elemento que se parezca a la materia prima, excepto aquellas empresas que pueden necesitar inventarios para la prestación del servicio, pero no procesan.

Sin embargo, dada la importancia que tiene la compra del espacio en red para la difusión de los contenidos en las redes sociales y que forma parte del costo, le daremos la característica de materia prima y en el transcurso del estudio determinaremos porcentualmente su incidencia en el costo, a esto se debe sumar también el **5% de IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS**, por ser un costo adicional ineludible y directamente atribuible.

El espacio en red se adquiere en los Estados Unidos, lugar en donde está el proveedor más importante y conocido que es **FACEBOOK**. Por tratarse de un servicio, no es igual que comprar materias primas, por las que hay que pujar en el mercado. Esto hace que no se necesite almacenar, no hay costos de mantenimiento ni de control y todo se soluciona ingresando a la red para adquirir el momento que se requiera las 24 horas del día. Además, otro hecho destacable es que nunca habrá desperdicio y por ende pérdidas por este concepto, se compra solo lo que se utilizará. Considero este ahorro en el costo de producción como muy importante con respecto a lo que le sucede a la industria.

Solo para comentar, la compra del espacio por tener que hacerse por la red y los proveedores no disponen de representante en el país, no existe la facturación conforme a las leyes ecuatorianas, pero si hay como obtener el comprobante de la facturación americana y la emisora de la tarjeta, a través de la que se hace el pago, entiendo que debe realizar las retenciones del caso, ya que todos los cargos por las compras realizadas se acreditan en la tarjeta y tienen el respectivo recargo del **5% ISD**.

2.3.- LA MANO DE OBRA DIRECTA Y SUS COMPONENTES.

Si se tratara de una industria diríamos que la mano de obra directa es aquella que corresponde a los obreros que actúan en la transformación de la materia prima y realizan una labor eminentemente física; y, que la mano de obra indirecta es aquella de apoyo a la producción con una composición de mano de obra variada, desde obreros de limpieza hasta técnicos de diseño y control de calidad.

Para el estudio de la mano de obra directa de la empresa que hemos tomado como modelo, diremos en primer lugar, que el personal es totalmente técnico, que su labor es

eminentemente intelectual y que actúan directamente en la generación del servicio que oferta la empresa.

La composición es la siguiente:

Cuadro 3: Mano de Obra

CANTIDAD	CARGO	LABOR
1	Director de Tecnología	Creativo, ocasionalmente apoya en el caso
2	Programadores	Desarrollan software
3	Community Manager	Se relacionan con la Comunidad.
3	Diseñadores	Diagraman el mensaje de texto
1	Director de Proyectos.	Apoyo parcial en el caso

Fuente:	Experiencia Profesional
Elaborado por:	Autor

La empresa labora en un horario de 9 a 13 horas y de 15 a 19 horas, esto es ocho horas de trabajo de lunes a viernes y la remuneración se paga mensualmente.

Uno de los problemas de la obtención de datos para el costeo de mano de obra es el control de tiempos. Este tema se discutió entre los socios de la empresa, ya que el personal al estar compuesto por profesionales de tercer nivel como que se sienten muy diferentes a los obreros y como que también se resisten al control.

Con este antecedente, el control de asistencia se lo está haciendo vía red, utilizando el programa bajado de Internet conocido como **WONDERLIST**. El funcionario al ingresar a su lugar de trabajo reporta a través de la computadora las horas de ingreso y salida en las dos jornadas y solo puede hacerlo in situ y no desde otro lugar.

El control de los tiempos de labor, que no difiere mucho de la tradicional Tarjeta de Tiempo, este modelo está instalado en cada computadora y el funcionario, minutos antes de concluir la jornada diaria deberá llenar el formulario detallando claramente las labores realizadas en el día y enviarán por correo electrónico al director de recursos humanos. Vale puntualizar que esta lista de actividades tiene un tiempo límite para concluir la orden de trabajo, lo que permite evaluar el rendimiento de los empleados.

Al siguiente día el Director de Talento Humano verifica los datos reportados y debería participar de esta información a contabilidad a fin de registrar en las hojas de costos el valor de la mano de obra realmente utilizada, este procedimiento no se está haciendo.

Con motivo de la realización de esta Tesis, tuve una conversación con los socios, que también laboran en la empresa y se pudo concluir que el control no se lo puede hacer de

manera oportuna debido a que el sistema utilizado tiene limitaciones por cuanto es bajado de la Internet de manera gratuita, pero que se le puede aprovechar al máximo si se paga la licencia para su utilización; por lo que tendremos una nueva reunión para viabilizar su uso vía pago y como recomendación de éste trabajo realizar la primera prueba fin de año para comenzar el ejercicio 2015 haciendo verdaderos costos, ya que hasta ahora solo se han hecho costos globales y no individualizados por cada orden de trabajo.

2.3.1.- TIEMPO IMPRODUCTIVO

Dentro de toda actividad, en la que intervienen seres humanos para la producción, siempre habrá tiempo ocioso motivado por:

A.- Tiempo improductivo por responsabilidad de la Dirección

- Carencia de pedidos
- Negligencia por falta de capacitación
- Descoordinación de actividades
- Máquinas dañadas
- Capacitación
- Reuniones de trabajo

B.- Tiempo improductivo responsabilidad del trabajador

- Permisos médicos
- Ausentismo injustificado

C.- Tiempo improductivo por causas incontrolables

- Cortes de energía
- Cortes de la señal de Internet, para los que laboran con este recurso
- Causas de fuerza mayor

En estos casos se evaluarán las circunstancias y los tiempos improductivos se valorarán y se contabilizarán de la siguiente forma:

Para el literal A, los cuatro primeros acontecimientos se podrían cargar a gastos no operacionales del período, por cuanto nada tiene que ver con los costos y los dos últimos a costos indirectos de fabricación, en proporción a las órdenes en las que estaban trabajando.

Para el literal B, el permiso médico es pagado en el inicio por la empresa y luego compartido con el IESS en proporciones, en este caso se debe cargar a gastos no operacionales,

porque mientras dure la ausencia no producirá nada; y, en cuanto al ausentismo injustificado el Código de Trabajo estipula el no pago de ese tiempo. Aquí lo que no se acostumbra es valorar la pérdida que puede ocasionar a la empresa ese ausentismo y su nula recuperación.

Para el literal C.- Es un tiempo muerto definitivo y su valor se debe cargar a Gastos no Operacionales. Sin embargo, en los casos que se carguen a otros conceptos que no sean costos podrían surgir incompatibilidades tributarias al fin del ejercicio económico.

Finalmente, para comprender mejor la labor de los que generan este servicio, a continuación se detallan las funciones de los responsables de esta actividad.

- **Qué es un creativo?.-** En el caso de la empresa es un Ingeniero de Sistemas que pasa buena parte de su tiempo desarrollando aplicaciones, pero que ocasionalmente apoya en el trabajo del manejo de redes sociales.
- **Qué es un community manager?.-** Por tratarse de un término relativamente nuevo y un tanto difícil de comprender, a continuación se exponen dos definiciones del Community Manager:

Según la Asociación Española de Responsables de Comunidad (**AERCO**):

- “Es aquella persona encargada o responsable de sostener, acrecentar y, en cierta forma, defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y los planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes. Una persona que conoce los objetivos y actúa en consecuencia para conseguirlos”.

David Coghlan, Profesor en Trinity Collage de Dublín afirma:

- “Es el arte de la gestión eficiente de la comunicación de otros online en las diferentes herramientas idóneas para el tipo de conversación que creamos conveniente con nuestros potenciales clientes (ya sea un blog, una comunidad a medida, una cuenta en Twitter, una Página de Fans en Facebook...). Es el rostro de la marca”.

En conclusión el **Community Manager** es una persona con conocimientos sobre estrategias de comunicación en línea para llegar a la comunidad de manera efectiva. No sólo se requiere de ser un geek conectado todo el tiempo a las redes sociales, en realidad es una profesión emergente que requiere de aptitudes específicas para desarrollar un buen papel.

- **Qué es un diseñador?.-** Es un profesional de experiencia en el diseño gráfico, que se refleja en la frase popular de una imagen vale más que mil palabras, por tanto es el que se encarga de traducir a imágenes las ideas del gestor de comunidad recogidas o sugeridas por la empresa contratante, para llegar de la mejor manera a los clientes y lograr los objetivos propuestos.

A continuación se exponen los cuadros 4 y 5, que corresponden a los modelos de Tarjeta de Control de asistencia y la Tarjeta de tiempo.

Cuadro 4: Tarjeta de Control de Asistencia

LAMOTORADIGITALCIA. LTDA.

TARJETA DE CONTROL DE ASITENCIA

NOMBRES: _____ CARGO _____

MES: SEPTIEMBRE ANO: 2014

DIA	MANANA		TARDE		HORAS EXTRAS	TOTAL HORAS
	ENTRADA	SALIDA	ENTRADA	SALIDA		
1 LUNES						
2 MARTES						
3 MIERCOLES						
4 JUEVES						
5 VIERNES						
8 LUNES						
9 MARTES						
10 MIERCOLES						
11 JUEVES						
12 VIERNES						
15 LUNES						
16 MARTES						
17 MIERCOLES						
18 JUEVES						
19 VIERNES						
22 LUNES						
23 MARTES						
24 MIERCOLES						
25 JUEVES						
26 VIERNES						
29 LUNES						
30 MARTES						

REVISADO:

JEFE DE TALENTO HUMANO

FUENTE: Experiencia Profesional

ELABORADO POR: Autor

Cuadro 5: Tarjeta de Tiempo

LAMOTORADIGITAL CIA. LTDA.
TARJETA DE TIEMPO

NOMBRES: _____ **CARGO:** _____
MES: SEPTIEMBRE **AÑO:** 2014

	DIA	ORDEN DE TRABAJO	HORA DE INICIAC.	HORA DE TERMIN.	HORAS PRODUC.	HORAS IMPROD.	OTRAS ACTIVID.	TOTAL HORAS
1	LUNES							
2	MARTES							
3	MIERCOLES							
4	JUEVES							
5	VIERNES							
8	LUNES							
9	MARTES							
10	MIERCOLES							
11	JUEVES							
12	VIERNES							
15	LUNES							
16	MARTES							
17	MIERCOLES							
18	JUEVES							
19	VIERNES							
22	LUNES							
23	MARTES							
24	MIERCOLES							
25	JUEVES							
26	VIERNES							
29	LUNES							
30	MARTES							

REVISADO:

JEFE DE TALENTO HUMANO

FUENTE:

Experiencia

Profesional

ELABORADO POR:

Autor

2.4.- COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Los costos indirectos de fabricación, en este caso de la prestación del servicio, son todos aquellos que no han sido susceptibles de ser absorbidos de manera directa en el proceso de elaboración. A continuación un ligero listado de los incurridos por la empresa estudiada:

- **Mano de obra indirecta.-** Para la ejecución de la limpieza se dispone de una persona que de manera permanente está encargada del aseo y cuenta con los materiales necesarios para el cumplimiento de su cometido.

- **Depreciaciones.-** Estas corresponden a los muebles y enseres de producción, así como también a los equipos de computación, las que afectan a los activos no corrientes que son la mayor inversión fija de la Empresa.
- **Mantenimiento de equipos.-** Todo equipo electrónico, al igual que las máquinas, necesita mantenimiento, por eso la empresa mantiene un plan de revisión y particularmente de los antivirus, virus que pueden inutilizar el equipo de trabajo con las consiguientes consecuencias negativas para la economía de la Empresa.
- **Materiales de Limpieza.-** Parte importante del desarrollo del trabajo es garantizar un ambiente limpio donde los trabajadores puedan cumplir sus labores, al margen de las exigencias de los organismos de control en la materia como son: el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, el Ministerio de Relaciones Laborales y el Ministerio de Salud Pública.
- **Teléfono.-** A pesar de que los Gestores de Comunidad están comunicándose siempre de manera personal y por la red, sin embargo es necesaria la comunicación telefónica, por lo que los gestores tienen a disposición sus líneas.
- **Internet.-** Este recurso, imprescindible en nuestro trabajo, está a disposición de todos los funcionarios con una buena red.

Estos son los rubros que se extrajeron de la contabilidad del ejercicio 2014 y que están detallados en el Cuadro No 6

Cuadro 6: Presupuesto Anual de Costos Indirectos

LAMOTORADIGITAL CIA. LTDA.

PRESUPUESTO ANUAL DE COSTOS INDIRECTOS 2014 Y HORA CIF

No	CONCEPTO	V/UNITARIO	MESES/VECES	VALOR TOTAL	TOTAL HORAS HOMBRE	V/UNITARIO HORA
1	MANO DE ORA INDIRECTA	40	12	480,00	21.624	0,02
2	DEPRECIACIÓN DE MEBLES Y ENSERES	10,31	12	123,72	21.624	0,01
3	DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	172,52	12	2.070,24	21.624	0,10
4	MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	44,64	3	133,92	21.624	0,01
5	MATERIALES DE LIMPIEZA	20,00	12	240,00	21.624	0,01
6	TELÉFONO	2,50	12	30,00	21.624	0,00
7	INTERNET	32,20	12	386,40	21.624	0,02
	SUMAN			3.464,28		
	HORAS HOMBRE ANUALES			21.624		
	VALOR HORA CIF			0,160205		

FUENTE: Registros contables de la Empresa

ELABORADO POR: Autor

2.5.- EJERCICIO PRÁCTICO

2.5.1.- PLAN DE CUENTAS

Para que la práctica tenga objetividad, comenzaré incluyendo el plan de cuentas emitido por la Superintendencia de Compañías, para la aplicación de las **Normas Internacionales de Información Financiera a partir del 1 de enero de 2013** y como la empresa del caso es una Compañía Limitada. (Ver anexo No. 1 y 2 Plan de Cuentas bajo NIFF).

2.5.2.- BORRADOR DE OPERACIONES

HECHOS ASUMIDOS.- Se entiende que la empresa desde el 1 de enero de 2014 está realizando permanentemente las transacciones normales como son: Compras de bienes y servicios y ajustes, con lo que se alimentan los costos reales que luego serán liquidados contra las órdenes de trabajo concluidas. Para nuestro ejemplo solamente haremos la propuesta de dos pedidos, ambos se inician y se terminan dentro del mes. Como es de suponer, la materia prima del servicio y la mano de obra directa son conocidos, los costos indirectos de fabricación se aplicarán utilizando la TASA PREDETERMINADA, con el parámetro Hora Hombre, por cuanto el componente más importante de la prestación del servicio es la mano de obra.

08-09-2014.- Se inicia la Orden de Trabajo No 125 para la Empresa X., con la intervención de un Community Manager y un Diseñador gráfico.(Ver Orden de Trabajo pag. No.30).

08-09-2014.- Se elabora la Orden de Compra No 650 del espacio en Facebook vía internet por el valor de \$50.00, y se paga con tarjeta de crédito.

09-09-2014.- La emisora de la tarjeta nos emite la **N/D correspondiente al 5% de Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) de la compra del espacio.**

09-09-2014.- Se carga a la hoja de costos el valor de la compra del espacio en red.

09-09-2014.- Se carga a la hoja de costos el valor de la mano de obra del diseñador, según la tarjeta de tiempo.

10-09-2014.- Se inicia la Orden de Trabajo No 126 para la Empresa Y, con la intervención de un Community Manager y un Diseñador Gráfico. (Ver orden de Trabajo pag.31)

10-09-2014.- Se elabora la Orden de Compra No 651 del espacio en Facebook vía internet por el valor de \$100.00, y se paga con tarjeta de crédito.

11-09-2014.- La emisora de la tarjeta nos emite la **N/D correspondiente al 5% de Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) de la compra del espacio.**

11-09-2014.- Se carga a la hoja de costos el valor de la mano de obra del diseñador, según la tarjeta de tiempo.

30-09-2014.- Se carga la mano de obra directa en la Hoja de costos correspondiente al mes de septiembre, tomando como base la Tarjeta de Tiempo, de las dos órdenes de trabajo.

30-09-2014.- Se cargan los costos indirectos del mes de septiembre, en base a la Tarjeta de tiempo, de las dos órdenes de trabajo.

09-10-2014.- Se termina la orden de trabajo No 125, se carga la mano de obra y los costos indirectos a la hoja de costos.

09-10-2014.- Liquidada la hoja de costos de la orden de Trabajo No 125, se liquida el pedido y se elabora la Factura No 711, más el 12% del IVA. Considerar las retenciones que deben hacernos, si el cliente es contribuyente especial y nosotros realizamos publicidad en medios.

10-10-2014.- Se termina y se liquida la orden de trabajo No 125, se carga la mano de obra y los costos indirectos a la hoja de costos.

11-10-2014.- Liquidada la hoja de costos de la orden de Trabajo No 126, se liquida el pedido y se elabora la Factura No 718, más el 12% del IVA. Considerar las retenciones que deben hacernos, si el cliente es contribuyente especial y nosotros realizamos publicidad en medios.

2.5.2.- LOS REGISTROS CONTABLES

Se ha considerado necesario realizar el registro contable de las transacciones propuestas únicamente en el libro diario y en las hojas de costos, porque son las que concitan nuestro interés, pero con la utilización del Plan de Cuentas.

Cuadro 7: Libro Diario

EMPRESA LAMOTORADIGITAL CIA. LTDA.

LIBRO DIARIO

Pág. No. 2

FECHA		REF.	PARCIAL	DEBE	HABER
	SUMAN Y VIENEN:			323,34	323,34
	8				
11-Sep-14	Inventarios de productos en proceso	1010301		9,18	
	Orden de Trabajo No 126	1010302002	9,18		
	Sueldos y Beneficios Sociales	510201			9,18
	Sueldos en relacion de dependencia	510201001	9,18		
	Por 2 horas de diseñador según O.T. 125				
	9				
30-Sep-14	Inventarios de productos en proceso	1010301,00		114,25	
	Orden de Trabajo No 125	1010302001	60,49		
	Orden de Trabajo No 126	1010302002	53,77		
	Sueldos y Beneficios Sociales	510201			114,25
	Sueldos en relacion de dependencia	510201001	114,25		
	Por ajuste de las horas de mano de obra direc				
	ta de sep-14 órdenes de trabajo 125-126				
	10				
30-Sep-14	Inventarios de productos en proceso	1010301		6,09	
	Orden de Trabajo No 125	1010302001	3,20		
	Orden de Trabajo No 126	1010302002	2,88		
	OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	5104			6,09
	Por ajuste de los costos indirectos de sep-14				
	de las órdenes de trabajo 125-126				
	11				
9-Oct-14	Inventarios de productos en proceso	1010301		21,12	
	Orden de Trabajo No 125	1010302001	20,16		
	Sueldos y Beneficios Sociales	510201			20,16
	Sueldos en relacion de dependencia	510201001	20,16		
	OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	5104			0,96
	Orden de Trabajo No 125	1010302001	0,96		
	Por ajuste de las horas de mano de obra directa y costos indirectos al 8-sep-14 orden				
	de trabajo 125				
	12				
9-Oct-14	Dtos. y cuentas por cobrar clientes no relacionados	1010205		410,40	
	Empresa X	1010205001	410,40		
	Crédito tributario a favor de la empresa (1010501		4,00	
	Crédito tributario a favor de la empresa (1010502		33,60	
	Con la administración tributaria	2010701			48,00
	Prestación de Servicios	4102			400,00
	Por Fact. 711 pendiente de cobro				
	SUMAN Y PASAN:			950,15	950,15

Cuadro 8: Orden de Trabajo

LAMOTORADIGITAL CIA. LTDA.	
ORDEN DE TRABAJO No 125	
LUGAR Y FECHA:	<u>CUENCA, 6 DE SEPTIEMBRE DE 2014</u>
CLIENTE:	<u>EMPRESA X</u>
SERVICIO A PRESTAR:	<u>POR CREACION, PERSONALIZACION Y MANEJO DE</u>
	<u>CONTENIDOS EN REDES SOCIALES EN FACEBOOK</u>
FECHA DE INICIO:	<u>LUNES, 8 DE SEPTIEMBRE DE 2014</u>
FECHA DE TERMINACION:	<u>JUEVES, 8 DE OCTUBRE DE 2014</u>
FECHA DE ENTREGA:	<u>MARTES, 4 DE SEPTIEMBRE</u>
PERSONAL ACTUANTE:	<u>1 COMMUNITY MANAGER 24 HORAS</u>
	<u>1 DISEÑADOR GRAFICO 2 HORAS</u>
OBSERVACIONES:	<u>EL TRABAJO SE ENTREGARÁ EN 24 HORAS E INCLUYE</u>
	<u>MES DE MONITOREO DE LA PAGINA</u>
	<u>_____</u>
	JEFE DE PROYECTOS

Fuente:Experiencia Profesional
Elaborado por: Autor

Cuadro 9: Orden de Trabajo

LAMOTORADIGITAL CIA. LTDA.	
ORDEN DE TRABAJO No 126	
LUGAR Y FECHA:	<u>CUENCA, 9 DE SEPTIEMBRE DE 2014</u>
CLIENTE:	<u>EMPRESA Y</u>
SERVICIO A PRESTAR:	<u>POR CREACION, PERSONALIZACION Y MANEJO DE</u>
	<u>CONTENIDOS EN REDES SOCIALES EN FACEBOOK</u>
FECHA DE INICIO:	<u>10 DE SEPTIEMBRE DE 2014</u>
FECHA DE TERMINACION:	<u>11 DE OCTUBRE DE 2014</u>
FECHA DE ENTREGA:	<u>11 DE SEPTIEMBRE DE 2014</u>
PERSONAL ACTUANTE:	<u>1 COMMUNITY MANAGER 24 HORAS</u>
	<u>1 DISEÑADOR GRAFICO 2 HORAS</u>
OBSERVACIONES:	<u>EL TRABAJO SE ENTREGARÁ EN 24 HORAS E INCLUYE</u>
	<u>MES DE MONITOREO DE LA PAGINA</u>
	<u>_____</u>
	JEFE DE PROYECTOS

Fuente:Experiencia Profesional
Elaborado por: Autor

Cuadro 10: Orden de Compra

LAMOTORADIGITAL CIA. LTDA. ORDEN DE COMPRA No. 125					
PROVEEDOR:		Facebook			
FORMA DE PAGO:		Tarjeta de Crédito			
FECHA	ORDEN DE TRABAJO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
08/09/2014	125	1	mes	50,00	50,00
AUTORIZADO POR: <hr/> DIRECTOR DE CREATIVIDAD					

LAMOTORADIGITAL CIA. LTDA. ORDEN DE COMPRA No. 126					
PROVEEDOR:		Facebook			
FORMA DE PAGO:		Tarjeta de Crédito			
FECHA	ORDEN DE TRABAJO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
12/09/2014	126	1	mes	100,00	100,00
AUTORIZADO POR: <hr/> DIRECTOR DE CREATIVIDAD					

Fuente:Experiencia Profesional
Elaborado por: Autor

Cuadro 11: Tarjeta de Tiempo

LAMOTORADIGITAL CIA. LTDA.
TARJETA DE TIEMPO

NOMBRES: NATALY FIGUEREDO CARGO: COMMUNITY MANAGER

MES: SEPTIEMBRE AÑO: 2014

	DIA	ORDEN DE TRABAJO	HORA DE INICIACION	HORA DE TERMINACION	HORAS PRODUCTIVAS	HORAS IMPRODUCTIVAS	OTRAS ACTIVIDADES	TOTAL HORAS
1	LUNES							
2	MARTES							
3	MIÉRCOLES							
4	JUEVES							
5	VIERNES							
8	LUNES	125	9:00	11:00	2	0	0	2
9	MARTES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
10	MIÉRCOLES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
11	JUEVES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
12	VIERNES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
15	LUNES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
16	MARTES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
17	MIÉRCOLES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
18	JUEVES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
19	VIERNES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
22	LUNES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
23	MARTES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
24	MIÉRCOLES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
25	JUEVES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
26	VIERNES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
29	LUNES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
30	MARTES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
	SUMAN							18

REVISADO:

JEFE DE TALENTO HUMANO

Fuente: Experiencia Profesional

Elaborado por: Autor

Cuadro 12: Tarjeta de Tiempo

LAMOTORADIGITAL CIA. LTDA.
TARJETA DE TIEMPO

NOMBRES: NATALY FIGUEREDO CARGO: COMMUNITY MANAGER

MES: OCTUBRE AÑO: 2014

DIA	ORDEN DE TRABAJO	HORA DE INICIACION	HORA DE TERMINACION	HORAS PRODUCTIVAS	HORAS IMPRODUCTIVAS	OTRAS ACTIVIDADES	TOTAL HORAS	
VIENEN							18	
1	LUNES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
2	MARTES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
3	MIÉRCOLES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
4	JUEVES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
5	VIERNES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
8	LUNES	125	9:00	10:00	1	0	0	1
9	MARTES							
10	MIÉRCOLES							
11	JUEVES							
12	VIERNES							
15	LUNES							
16	MARTES							
17	MIÉRCOLES							
18	JUEVES							
19	VIERNES							
22	LUNES							
23	MARTES							
24	MIÉRCOLES							
25	JUEVES							
26	VIERNES							
29	LUNES							
30	MARTES							
	SUMAN							24

REVISADO:

JEFE DE TALENTO HUMANO

Fuente: Experiencia Profesional

Elaborado por: Autor

Cuadro 13: Tarjeta de Tiempo

LAMOTORADIGITAL CIA. LTDA. TARJETA DE TIEMPO

NOMBRES: FRANCISCO ANDRADE CARGO: DISEÑADOR

MES: SEPTIEMBRE AÑO: 2014

DIA		ORDEN DE TRABAJO	HORA DE INICIACION	HORA DE TERMINACION	HORAS PRODUCTIVAS	HORAS IMPRODUCTIVAS	OTRAS ACTIVIDADES	TOTAL HORAS
1	MIERCOLES							
2	JUEVES							
3	VIERNES							
4	LUNES							
5	MARTES							
8	MIERCOLES	125	11:00	13:00	2:00	2	0	2
9	JUEVES							
10	VIERNES							
11	LUNES							
12	MARTES							
15	MIERCOLES							
16	JUEVES							
17	VIERNES							
18	LUNES							
19	MARTES							
22	MIERCOLES							
23	JUEVES							
24	VIERNES							
25	LUNES							
26	MARTES							
29	MIERCOLES							
30	JUEVES							
	SUMAN							2

REVISADO:

JEFE DE TALENTO HUMANO

Fuente: Experiencia Profesional
Elaborado por: Autor

Cuadro 14: Tarjeta de Tiempo

LAMOTORADIGITAL CIA. LTDA.
TARJETA DE TIEMPO

NOMBRES: SILVIA GUERRERO CARGO: COMMUNITY MANAGER

MES: SEPTIEMBRE AÑO: 2014

	DIA	ORDEN DE TRABAJO	HORA DE INICIACION	HORA DE TERMINACION	HORAS PRODUCTIVAS	HORAS IMPRODUCTIVAS	OTRAS ACTIVIDADES	TOTAL HORAS
1	LUNES							
2	MARTES							
3	MIÉRCOLES							
4	JUEVES							
5	VIERNES							
8	LUNES							
9	MARTES							
10	MIÉRCOLES	126	9:00	11:00	2	0	0	2
11	JUEVES	126	9:00	12:00	1	0	0	1
12	VIERNES	126	9:00	13:00	1	0	0	1
15	LUNES	126	9:00	14:00	1	0	0	1
16	MARTES	126	9:00	15:00	1	0	0	1
17	MIÉRCOLES	126	9:00	16:00	1	0	0	1
18	JUEVES	126	9:00	17:00	1	0	0	1
19	VIERNES	126	9:00	18:00	1	0	0	1
22	LUNES	126	9:00	19:00	1	0	0	1
23	MARTES	126	9:00	20:00	1	0	0	1
24	MIÉRCOLES	126	9:00	21:00	1	0	0	1
25	JUEVES	126	9:00	22:00	1	0	0	1
26	VIERNES	126	9:00	23:00	1	0	0	1
29	LUNES	126	9:00	0:00	1	0	0	1
30	MARTES	126	9:00	1:00	1	0	0	1
	SUMAN							16

REVISADO:

JEFE DE TALENTO HUMANO

Fuente: Experiencia Profesional
Elaborado por: Autor

Cuadro 15: Tarjeta de Tiempo

LAMOTORADIGITAL CIA. LTDA.
TARJETA DE TIEMPO

NOMBRES: SILVIA GUERRERO **CARGO:** **COMMUNITY MANAGER**

MES: OCTUBRE **AÑO:** 2014

DIA		ORDEN DE TRABAJO	HORA DE INICIACION	HORA DE TERMINACION	HORAS PRODUCTIVAS	HORAS IMPRODUCTIVAS	OTRAS ACTIVIDADES	TOTAL HORAS
VIENEN								16
1	LUNES	126	9:00	10:00	1	0	0	1
2	MARTES	126	9:00	10:00	1	0	0	1
3	MIÉRCOLES	126	9:00	10:00	1	0	0	1
4	JUEVES	126	9:00	10:00	1	0	0	1
5	VIERNES	126	9:00	10:00	1	0	0	1
8	LUNES	126	9:00	10:00	1	0	0	1
9	MARTES	126	9:00	10:00	1	0	0	1
10	MIÉRCOLES	126	9:00	10:00	1	0	0	1
11	JUEVES							
12	VIERNES							
15	LUNES							
16	MARTES							
17	MIÉRCOLES							
18	JUEVES							
19	VIERNES							
22	LUNES							
23	MARTES							
24	MIÉRCOLES							
25	JUEVES							
26	VIERNES							
29	LUNES							
30	MARTES							
	SUMAN							24

REVISADO:

JEFE DE TALENTO HUMANO

Fuente:Experiencia Profesional

Elaborado por: Autor

Cuadro 16: Tarjeta de Tiempo

LAMOTORADIGITAL CIA. LTDA.
TARJETA DE TIEMPO

NOMBRES: FRANCISCO RIVERA **CARGO:** DISEÑADOR

MES: SEPTIEMBRE **AÑO:** 2014

DIA		ORDEN DE TRABAJO	HORA DE INICIACION	HORA DE TERMINACION	HORAS PRODUCTIVAS	HORAS IMPRODUCTIVAS	OTRAS ACTIVIDADES	TOTAL HORAS
1	MIERCOLES							
2	JUEVES							
3	VIERNES							
4	LUNES							
5	MARTES							
8	MIERCOLES							
9	JUEVES							
10	VIERNES	126	11:00	13:00	2	0	0	2
11	LUNES							
12	MARTES							
15	MIERCOLES							
16	JUEVES							
17	VIERNES							
18	LUNES							
19	MARTES							
22	MIERCOLES							
23	JUEVES							
24	VIERNES							
25	LUNES							
26	MARTES							
29	MIERCOLES							
30	JUEVES							
	SUMAN							2

REVISADO:

JEFE DE TALENTO HUMANO

Fuente:Experiencia Profesional

Elaborado por: Autor

Cuadro 17: Hoja de Costos

LAMOTORADIGITAL CIA. LTDA.

CLIENTE: EMPRESA Y

ORDEN DE TRABAJO No 126

SERVICIO A PRESTAR: MATERIAL PARA CAMPAÑA PUBLICITARIA EN FACEBOOK

FECHA INICIAL: JUEVES, 10 DE SEPTIEMBRE E 2014

FECHA TERMINAL: _____

MATERIA PRIMA			MANO DE OBRA					COSTOS INDIRECTOS DE ELABORACION				
FECHA	REF.	VALOR	FECHA	REF.	No HORAS	V/HORA	TOTAL	FECHA	REF.	TASA	HORAS HOMBRE	TOTAL
11-Sep-14	7	105,00	11-Sep-14	8	2	4,5910755	9,18	30-Sep-14	10	0,16021	18	2,88
			30-Sep-14	9	16	3,3603396	53,77	10-Oct-14	12	0,16021	8	1,28
			10-Oct-14	12	8	3,3603396	26,88					4,17
							89,83					

RESUMEN	VALOR
Materia Prima Dir.	105,00
Mano de Obra Dir.	89,83
COSTO PRIMO	194,83
CIF Aplicados	2,883696
COSTO ELABORAC.	197,71
Utilidad Bruta	602,29
P.V.P.	800,00

LAMOTORADIGITAL CIA. LTDA.

CLIENTE: EMPRESA X

ORDEN DE TRABAJO No 125

SERVICIO A PRESTAR: MATERIAL PARA CAMPAÑA PUBLICITARIA EN FACEBOOK

FECHA INICIAL: LUNES, 8 DE SEPTIEMBRE DE 2014

FECHA TERMINAL: JUEVES, 8 DE OCTUBRE DE 2014

MATERIA PRIMA			MANO DE OBRA					COSTOS INDIRECTOS DE ELABORACION				
FECHA	REF.	VALOR	FECHA	REF.	No HORAS	V/HORA	TOTAL	FECHA	REF.	TASA	HORAS HOMBRE	TOTAL
9-Sep-14	3	52,50	09-Sep-14	4	2	4,1717547	8,34	30-Sep-14	10	0,16021	20	3,20
			30-Sep-14	9	18	3,3603396	60,49	09-Oct-14	11	0,16021	6	0,96
			09-Oct-14	11	6	3,3603396	20,16					4,17
							88,99					

RESUMEN	VALOR
Materia Prima Dir.	52,50
Mano de Obra Dir.	88,99
COSTO PRIMO	141,49
CIF Aplicados	3,20
COSTO ELABORAC.	144,70
Utilidad Bruta	255,30
P.V.P.	400,00

Cuadro 18: Presupuesto Mano de Obra

LAMOTORADIGITAL CIA. LTDA.**ANEXO****PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DEL PERSONAL DE PLANTA Y CALCULO HORAS HOMBRE 2014**

MES: ENERO AÑO 2014

No	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	SUELDO NOMINAL	DIAS LABORADOS	SUELDO GANADO	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	TOTAL	MES	HORAS LABORABLES ANUALES	VALOR HORA
DIRECCION DE TECNOLOGIA														
1	RODAS SERRANO JUAN DIEGO	DIR. TECNOLOGIA	1.070,00	30	1.070,00	89,17	26,50	44,58	130,01	89,13	1.449,39	12	2.120	8,204094
2	AVILA REGALADO PEDRO ANDRES	PROGRAMADOR	640,00	30	640,00	53,33	26,50	26,67	77,76	53,31	877,57	12	2.120	4,967377
3	VINTIMILLA ESPINOZA DIEGO RICAR	PROGRAMADOR	660,00	30	660,00	55,00	26,50	27,50	80,19	54,98	904,17	12	2.120	5,117943
	SUMAN		2.370,00	90	2.370,00	197,50	79,50	98,75	287,96	197,42	3.231,13		6.360	
DIRECCION DE CREATIVIDAD														
4	PALACIOS CORDOVA JUAN JOSE	DIRECT. MARKETING	1.070,00	15	535,00	44,58	13,25	22,29	65,00	44,57	724,69	12	2.120	4,102019
5	FIGUEROA MERCHAN NATALY CAROLI	COMUNNITY MANAGER	455,00	30	455,00	37,92	26,50	18,96	55,28	0,00	593,66	12	2.120	3,360340
6	MOLINA GUERRERO SILVIA ESTEFANIA	COMUNNITY MANAGER	455,00	30	455,00	37,92	26,50	18,96	55,28	0,00	593,66	12	2.120	3,360340
7	RODAS ABRIL PABLO FRANCISCO	COMUNNITY MANAGER	455,00	30	455,00	37,92	26,50	18,96	55,28	0,00	593,66	12	2.120	3,360340
8	ANDRADE CORDERO FCO XAVIER	DISEÑADOR GRAFICO	570,00	30	570,00	47,50	26,50	23,75	69,26	0,00	737,01	12	2.120	4,171755
9	MENA FREIRE JULIA ANDREA	DISEÑADOR GRAFICO	590,00	30	590,00	49,17	26,50	24,58	71,69	49,15	811,09	12	2.120	4,591075
10	RIVERA ASTUDILLO FCO ANTONIO	DISEÑADOR GRAFICO	590,00	30	590,00	49,17	26,50	24,58	71,69	49,15	811,09	12	2.120	4,591075
	SUMAN		4.185,00	195	3.650,00	304,18	172,25	152,08	443,48	142,87	4.864,86		14.840	
DIRECCION DE PROYECTOS														
11	CISNEROS TORRES MARIA PAULINA	DIRECTORA PROYECTOS/VENDEDOR	650,00	30	650,00	54,17	26,50	27,08	78,98	54,15	890,88	12	424	5,042717
	TOTAL		7.205,00	315	6.670,00	555,85	278,25	277,91	810,42	394,44	8.986,87		21.624	

FUENTE: Roles de pago de la Empresa

ELABORADO POR: Autor

2.5.3 LA TASA PREDETERMINADA: Considerando que el elemento más importante del costo en la prestación del servicio es la mano de obra, se procedió a presupuestar las horas de labor que efectivamente se tendrán durante el año 2014. Para el efecto se aplica la siguiente fórmula:

$$Tasa Predeterminada = \frac{\text{Costos Indirectos anuales presupuestados}}{\text{Total de Horas anuales laborables}}$$

$$Tasa Predeterminada = \frac{3464.28}{21624}$$

$$Tasa Predeterminada = 0.160205$$

En relación a los Sistemas de Costos en servicios de los contenidos de redes sociales se determinó el costo, la incidencia de dichos servicios, con los debidos sistemas propuestos inicialmente, considerando la tasa determinadora, identificando cada uno de los elementos de la Materia Prima, Mano de Obra, y los Costos Indirectos de Fabricación.

Para determinar el costo de los servicios, en lo que respecta a la materia prima se consideró la orden de trabajo, orden de compras de los materiales para publicidad de FACEBOOK, en la mano de obra se utilizó la tarjeta de tiempo registrando la hora de entrada y salida del personal de dirección tecnológica, dirección de creatividad y dirección de proyectos con la finalidad de registrar las horas trabajadas para el desarrollo del presupuesto de la mano de obra, procediendo al registro en la hoja de costos correspondiente.

CAPÍTULO III

DISCUSIÓN

Del análisis del caso se ha llegado a concluir que para la forma de producción por pedido específico es la apropiada, ya que todos los trabajos que se ejecutan en la empresa son exclusivamente bajo pedido. El sistema escogido es el de órdenes de producción, por cuanto es el que más se adapta a nuestras necesidades. El método de valoración de costos se ha seleccionado el de costos de absorción, ya que al no tener a la materia prima como elemento principal, esta es la mano de obra y se hace muy necesario incluir a los costos indirectos de fabricación. Con esta base se desarrolló el ejercicio práctico, llegando a los resultados que quedan expuestos.

Una vez concluida la teoría y el ejercicio práctico, este trabajo ha dejado vivencias muy buenas para el futuro desarrollo de mi actividad profesional, particularmente en la misma empresa en la que me encuentro laborando.

A pesar de la experiencia acumulada en los años de estudio y trabajo, pareciera que se conoce mucho, sin embargo he palpado el gran desarrollo de la profesión y el desafío que esto significa y la necesidad de seguir con la educación continua.

También he descubierto que hay ciertas empresas como la de mi estudio que necesita ser conocida muy profundamente para estructurar un sistema de costos que sea una verdadera herramienta para los socios, jóvenes promisorios a los que hay que servirles al 100%. Con motivo de este trabajo de investigación se han iniciado reuniones con los ejecutivos de la empresa y se ha planteado discutir estos aspectos que que no han sido afrontados con la importancia que reviste el tema. Hay la apertura, la actitud y el apoyo para desarrollar un buen sistema de costos que sea la verdadera base para la toma de decisiones

Esto me lleva a la conclusión que estoy trabajando en una empresa nueva, con jóvenes emprendedores, con un futuro promisorio y que me siento orgulloso de laborar en ella, por eso este trabajo de tesis será el punto de partida para escribir mejores páginas en la historia contable de **LAMOTORADIGITAL CIA. LTDA.**

Con estos problemas resueltos emprender en una verdadera contabilidad gerencial, el desafío para el futuro.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Luego de la elaboración de este trabajo se han definido las siguientes conclusiones.

- El sistema contable que la empresa actualmente está llevando no es el adecuado ya que no permite definir de manera acertada los costos reales del servicio.
- Al no contar con un sistema de costos adecuado, es probable que el valor unitario por el servicio no sea el correcto y que no genere la rentabilidad esperada.
- La empresa carece de herramientas que permita controlar de manera adecuada los tiempos que se emplean en la ejecución de las tareas.
- Si bien no es una industria, no se procesa materia prima, sin embargo la complejidad de las labores que se desarrollan en la empresa, tiene elementos y variables que requieren ser muy bien analizadas para darles un tratamiento contable adecuado.

RECOMENDACIONES

- Adquirir un sistema informático para la Contabilidad el mismo que sea completo, para dejar de lado el módulo de contabilidad general que disponemos ahora, el mismo que debe tener necesariamente un módulo para desarrollar costos.
- Adquirir e implementar un sistema Wonderlist o cualquier otro de control de tiempos y tareas, fundamental para la valoración del trabajo del personal, con el objeto de optimizar recursos humanos reduciendo costos e incrementando la productividad.
- Reestructurar el sistema contable que nos permita obtener información de calidad de acuerdo al giro del negocio y, sujeta a las Normas Internacionales de Información Financiera y expedita para la toma de decisiones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- **ESTIMACIÓN DE COSTOS Y ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS DE SOFTWARE** de **CAPERS JONES**.- Segunda Edición.-Editorial Mac Graw Hill.- 2007.- ISBN-10: 0-07-148300-4

ISBN-13: 978-0-07-148300-1

CONTABILIDAD DE COSTOS - ZAPATA SÁNCHEZ PEDRO.- Primera Edición.- Editorial Mac Graw Hill.-2007.- ISBN-978-970-10-6789-5

ANEXOS

ANEXO No.1

**SOCIEDADES SUJETAS AL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE
COMPAÑÍAS**

PLAN GENERAL DE CUENTAS BAJO NIIF

A PARTIR DEL 1 DE ENERO DE 2013

CODIGO	CUENTAS	SIGNO	TIPO DE CUENTA	TIPO DE ESTADO
1	ACTIVO	P	T	1
101	ACTIVO CORRIENTE	P	T	1
10101	EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	D	D	1
10102	ACTIVOS FINANCIEROS	P	T	1
1010201	Activos financ. a valor razonable con cambios en resultad.	P	D	1
1010201001	Caja	P	D	2
1010201002	Bancos	P	D	3
1010205	Dtos. y cuentas por cobrar clientes no relacionados	P	T	1
1010205001	Empresa X			
1010205002	Empresa Y			
10103	INVENTARIOS	D	T	1
1010301	Inventario de Materia Prima	P	D	1
1010302	Inventarios de productos en proceso	P	D	1
1010302001	Orden de Trabajo No 125	P	D	2
1010302002	Orden de Trabajo No 126	P	D	3
1010305	Inventarios de prod. term. y mercad. en almacén - producido por la compañía	P	D	1
10105	ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	P	T	1
1010501	Crédito tributario a favor de la empresa (IVA)	P	D	1
1010502	Crédito tributario a favor de la empresa (I. R.)	P	D	1
102	ACTIVO NO CORRIENTE	P	T	1
10201	PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	D	T	1
1020105	Muebles y enseres	P	D	1
1020108	Equipo de computación	P	D	1
1020111	Repuestos y herramientas	P	D	1
1020112	(-) Depreciación acumulada propiedades, planta y equipo	N	D	1
		P		
2	PASIVO	P	T	1
201	PASIVO CORRIENTE	P	T	1
20101	PASIVOS FIN. A VALOR RAZON.CON CAMBIOS EN RESU.	P	D	1
20103	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	P	T	1
2010301	Locales	P	D	1
20104	OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	P	T	1
2010401	Locales	P	D	1
20105	PROVISIONES	P	T	1
2010501	Locales	P	D	1
2010701	Con la administración tributaria	P	D	1

ANEXO No..2

CODIGO	CUENTAS	SIGNO	TIPO DE CUENTA	TIPO DE ESTADO
3	PATRIMONIO NETO	P	T	1
30	PATRIMONIO ATRIBUIBLE A LOS PROPIETARIOS DE LA CONTROLADORA	D	T	1
301	CAPITAL	P	T	1
30101	CAPITAL SUSCRITO O ASIGNADO	P	D	1
304	RESERVAS	P	T	1
30401	RESERVA LEGAL	P	D	1
4	INGRESOS	D	T	2
41	INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	P	T	2
4102	Prestación de Servicios	P	D	2
5	COSTOS Y GASTOS	P	T	2
51	COSTO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN	P	T	2
5101	MATERIALES UTILIZADOS O PRODUCTOS VENDIDOS	P	T	2
510107	Compra de espacio en Facebook	P	D	2
510108	(-) Inventario Final de Materia Prima	N	D	2
510109	Inventario Inicial de Productos en Proceso	P	D	2
510110	Inventario Final de Productos en Proceso	P	D	2
510111	Inventario Inicial de Productos Terminados	P	D	2
510112	(-) Inventario Final de Productos Terminados	N	D	2
5102	MANO DE OBRA DIRECTA	P	T	2
510201	Sueldos y Beneficios Sociales	P	D	2
510201001	Sueldos en relacion de dependencia	P	D	3
510202	Gastos Planes de Beneficios a Empleados	P	D	2
5103	MANO DE OBRA INDIRECTA	P	T	2
510301	Sueldos y Beneficios Sociales	P	D	2
5104	OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	P	T	2
510401	Depreciación Propiedades, Planta y Equipo	P	D	2
510406	Mantenimiento y Reparaciones	P	D	2
510407	Suministros Materiales y Repuestos	P	D	2
510408	Otros Costos de Producción	P	D	2
		P		
5202	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	P	T	2
520224	Gtos por cantid. anormales de utilización en proceso de prod.	P	T	2
52022401	Mano de Obra	P	D	2
52022402	Materiales	P	D	2
52022403	Costo de Producción	P	D	2
		P		
5204	OTROS GASTOS	P	T	2
520401	Perdida en Inversiones en Asociadas/Subsidiarias y Otras	P	D	2
520402	Otros	P	D	2