

**UNIVERSIDAD NACIONAL “PEDRO RUIZ GALLO”**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
CONTABLES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

---

## **TESIS DE GRADO**

**Para obtener el título de :** CONTADOR PÚBLICO

**Título :** SISTEMA DE COSTOS PARA LA EMPRESA  
EDITORIA EILAT SAC

**Autores :** BANNY MARIN ESPINOZA MUNDACA  
MARINA PATRICIA NEGRÓN CHUNGA

Lambayeque, 2017

**REVISIÓN Y AUTORIZACIÓN**

El presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizado su presentación y sustentación.

---

**C.P.C.JOSE SEYTUQUE VALDERRAMA**

**ASESOR**

---

**DR.SAUL ESPINOZA ZAPATA**

**PRESIDENTE**

---

**C.P.C.ADAN PABLO CIEZA PEREZ**

**SECRETARIO**

---

**C.P.C.GIULIANA MILLONES ORREGO**

**VOCAL**

## **ÍNDICE**

RESUMEN .....	9
ABSTRACT .....	10
INTRODUCCIÓN .....	11
CAPITULO I .....	15
GENERALIDADES DE LA EMPRESA EDITORA EILAT SAC .....	15
1.1.- MISIÓN .....	16
1.2.- VISIÓN .....	16
1.3.- ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	17
CAPITULO II .....	18
SISTEMA DE COSTOS PARA LA EMPRESA EDITORA EILAT SAC .....	18
2.1.- FUNDAMENTO TEÓRICO .....	18
2.1.1.- TEORÍA GENERAL DE LOS COSTOS .....	18
- Enfoque Legalista.....	25
- Enfoque Económico.....	25
- Enfoque Formalizado.....	25
2.1.3. TEORÍA GENERAL DE SISTEMAS.....	26
2.1.4.-TEORIA EMPRESARIAL .....	29
2.2. - FUNDAMENTO CONCEPTUAL .....	34
2.2.1.- CONTABILIDAD DE COSTOS .....	34
2.2.2.- PRINCIPALES OBJETIVOS.....	35
2.2.3.- EL COSTO Y SU CLASIFICACIÓN .....	36
2.2.4.- SISTEMAS DE COSTOS .....	41
2.2.4.1.-EN ATENCIÓN AL MOMENTO EN QUE SE DETERMINAN LOS COSTOS: .....	41
2.2.4.2.-EN ATENCIÓN AL MÉTODO DE COSTEO:.....	43
2.2.4.3.- EN ATENCIÓN A LAS CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN DE LAS EMPRESAS.....	44
2.2.4.5.-SISTEMA DE COSTEO BASADO EN ACTIVIDADES.....	46
2.3.- ANALISIS DE VARIABLES .....	47
CAPITULO III .....	48
DIAGNOSTICO DEL SISTEMA DE COSTOS PARA LA EMPRESA EDITORA EILAT SAC.....	48

3.1.-Organigrama funcional de la empresa Editora Eilat SAC.....	48
3.2.- Generalidades de la metodología.....	59
3.2.1.- Misión del Sistema de Costos.....	59
3.2.2.- Objetivos del Sistema de Costos.....	59
3.2.3.- Funciones del Sistema de Costos .....	59
3.3.- FODA de la organización .....	59
3.4.- Investigación de campo.....	60
3.4.1.- Aplicación de Instrumentos de Investigación.....	60
3.4.2.- Tabulación, presentación y análisis de datos .....	64
CAPITULO IV .....	74
4.1.-NOMBRE DE LA PROPUESTA.....	74
4.2.-OBJETIVOS DE LA PROPUESTA .....	74
4.3.- DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	74
4.3.1. POLITICAS PARA CONTROL DE ELEMENTOS DEL COSTO .....	75
4.3.2.- PROPUESTA .....	78
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCION Y DISTRIBUCION.....	97
RESUMEN DE COSTOS DE FIJOS Y VARIABLES.....	98
CALCULO DE PUNTO DE EQUILIBRIO .....	1055
CONCLUSIONES.....	1111
RECOMENDACIONES .....	1122
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	1133

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla N° 01 .....	65
Tabla N° 02 .....	66
Tabla N° 03 .....	67
Tabla N° 04 .....	67
Tabla N° 05 .....	68
Tabla N° 06 .....	69
Tabla N° 07 .....	69
Tabla N° 08 .....	70
Tabla N° 09 .....	71
Tabla N° 10 .....	71
Tabla N° 11 .....	72
Tabla N° 12 .....	73

**ÍNDICE DE GRÁFICOS**

GRAFICO 01: Punto de equilibrio- Todo Sport.....	106
GRAFICO 02: Punto de equilibrio- El Chino.....	107
GRAFICO 03: Punto de equilibrio- El Men.....	108
GRAFICO 04: Punto de equilibrio- La Razón.....	109

**ÍNDICE DE ANEXOS**

ANEXO 01: Encuesta .....	117
ANEXO 02: Orden de compra.....	120
ANEXO 03: Nota de entrada de almacén.....	121
ANEXO 04: Reporte de producción y distrib. Por ruta y agente .....	122
ANEXO 05: Hoja de Producción.....	123
ANEXO 06: Bin Card.....	124

**AGRADECIMIENTO**

A Dios por brindarnos salud y a nuestros padres por el apoyo para la culminación  
de nuestra carrera.

A la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo y a sus distinguidos catedráticos, por  
haberme permitido alcanzar el objetivo anhelado.



## **RESUMEN**

La presente tesis tiene como objetivo general elaborar un sistema de costeo que permita determinar los costos reales en el proceso de producción y comercialización de la EMPRESA EDITORA EILAT SAC del distrito Chiclayo – Lambayeque.

Un sistema de costos permite a las empresas integrar el cálculo de los costos a su sistema integral, los cuales se tiene en cuenta desde la planeación, producción, dirección y control, es por eso que el cálculo de estos costos es tan importante para la supervivencia de las organizaciones siendo una herramienta administrativa para la toma de decisiones.

La realización de esta tesis permite identificar los elementos fundamentales del costo del proceso productivo, así como la asignación de estos a su respectivo centro de costos determinando los costos reales incurridos.

La empresa debe realizar la actualización y mejora de sistema de costos, efectuando el análisis y comparación de los costos presupuestados y los costos reales incurridos como una política de mejora continua.

### **ABSTRACT**

This thesis has the overall objective of developing a costing system that allows to determine the costs in the production and commercialization process of the company EDITORA EILAT SAC the district's Chiclayo - Lambayeque.

A cost system allows companies to integrate costing its comprehensive system, which is taken into account from the planning, production, management and control, that is why the calculation of these costs is so important for survival organizations to be an administrative tool for decision making.

The completion of this thesis identifies the fundamental elements of the cost of the construction process works as well as the allocation of these to their respective cost center determining the actual costs incurred in each construction.

The company must perform the upgrade and improvement of system costs, making the analysis and comparison of budgeted costs and actual costs incurred as a policy of continuous improvement.

## **INTRODUCCIÓN**

Los sistemas de costos son necesarios en toda organización, independiente de su tamaño o del tipo de organización de la cual se trate. Estos sistemas sirven como herramienta de gestión, pues otorgan información que ayuda a la toma de decisiones, logra reducir costos y otras veces mejorar la calidad del servicio.

Es determinante la estructura de costes y a ella se supeditan las políticas de inversión, de materiales, contratación de personal, etc.

El estudio de la combinación de recursos permite identificar ventajas competitivas frente a competidores, en base a las características diferenciales de cada compañía.

En el ámbito de la economía mundial, las empresas competitivas, revisan y mejoran continuamente los procesos en todas sus áreas: producción, administración y finanzas, mercadeo y ventas, investigación y desarrollo. De esta manera, logran el éxito sostenido en un mundo con cambios cada vez más veloces.

Las empresas deben asumir los cambios, es decir, ser innovadoras, o morir. Alcanzar esta posición, obliga a gerenciar sistemáticamente a través de técnicas y métodos analíticos basados en información, tanto interna como externa, particularmente la relacionada con los costos; siendo ésta el soporte para la toma de decisiones en todos los procesos de innovación.

Es evidente que la competitividad de las empresas impulsa la competitividad del país, es por ello necesario reafirmar la importancia de la información de costos para la toma de decisiones gerenciales

En México, la falta de cultura de la planeación entre los propietarios y los directores generales, causan que la gran mayoría de empresas carezcan de sistemas formales de gestión de costos.

El Dr. Habid Chamoun Nicolas, en su obra: Desarrollo de Negocios mencionó:

*“Las empresas con problema de planeación se encuentran en desventaja competitiva con respecto a aquellas que han construido una buena cultura y estructura de planeación...”<sup>1</sup>*

Pues en muchos de los países, la mayoría de empresas no tiene un direccionamiento claro, no saben lo que requieren, ni lo que esperan sus clientes, trabajan de manera reactiva, resolviendo problemas como van surgiendo, e incorporando nuevas inversiones, líneas de productos, sin un sistema formal de Costos, que les permita analizar y direccionar hacia el objetivo organizacional.

Las compañías requieren conocer el costo de cada uno de sus productos o servicios a vender para tomar innumerables decisiones, sin embargo sólo conocen una aproximación del mismo, dado que poseen un sistema de costeo deficiente o inexistente.

En el Perú estructurar un sistema de costos surge como una necesidad de un sistema de costo innovador, que atienda las nuevas necesidades de un análisis estratégico de costos y es considerado como la parte instrumental del gerenciamiento estratégico de costos y no se da en las actividades de todas las áreas funcionales, las que consumen recursos y los productos consumen las actividades, con el objetivo de discriminar las actividades que agregan valor.

No existen las unidades de control y medida en los diferentes cost-drivers, generadores de costos o conductores de costos, entre otros, que ayudará a establecer la relación causa-efecto entre los objetos de costos y las actividades y entre éstos y los centros de responsabilidad, lo que facilita la efectividad de los costos para la toma de decisiones.

---

<sup>1</sup> Recuperado de: <http://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/355/TESES3.pdf?sequence=1>

Falta de implantación de la cadena de valores, que será de mucha importancia, ya que es este valor, el que le da al mercado la condición privilegiada por la calidad y efectividad de sus servicios y los precios de los productos..

No se realiza la asignación y distribución de los gastos indirectos de fabricación de acuerdo a las actividades realizadas, identificando el origen del costo de la actividad no solo para la producción y los servicios, sino también para la distribución y venta, contribuyendo en la toma de decisiones sobre líneas de productos o servicios, segmentos de mercado y relaciones con los clientes.

En Lambayeque se observa la falta de un adecuado sistema de costos, lo cual es importante estudiar porque saber el costo real de cada producto o servicio permite conocer su verdadera rentabilidad.

En base a estos antecedentes se formuló el **Problema**:¿Cómo un sistema de costeo ayudaría a obtener costos reales en el proceso de producción y comercialización de diarios que sirva como herramienta para la toma de decisiones en la empresa Editora Eilat SAC?; teniendo como **Objetivo**: Elaborar un sistema de costeo que permita determinar los costos reales en el proceso de producción y comercialización de diarios que sirva como herramienta para la toma de decisiones en la empresa Editora Eilat SAC.;y como solución anticipada al problema se planteó la **Hipótesis**: El diseño de un sistema de costeo permitirá determinar los costos reales en el proceso producción y comercialización de diarios en la Empresa Editora Eilat SAC.

El presente trabajo de investigación se desarrolló en 4 capítulos:

**Capítulo I**: Se abordó las generalidades del objeto de estudio así como la evolución histórica de la organización, describiendo a la vez la visión y misión de la empresa.

**Capítulo II**: Se abordó el marco teórico, tratando bases teóricas y bases conceptuales

**Capítulo III:** Se abordó análisis organizacional, proceso productivo, análisis FODA, Operacionalización de variables, y tabulación de datos

**Capítulo IV:** Se abordó el objetivo y desarrollo de la propuesta del Sistema de Costos, las conclusiones y recomendaciones.

## **CAPITULO I**

### **GENERALIDADES DE LA EMPRESA EDITORA EILAT SAC**

La Empresa Editora Eilat SAC fue constituida el 01 de Febrero del 2014 con RUC N° 20561165832, bajo la modalidad de Sociedad Anónima Cerrada, por lo que está sujeta a la Ley 26887-Ley General de Sociedades, adquiriendo personalidad jurídica desde su inscripción en el Registro de Personas Jurídicas, con duración indeterminada; teniendo como objeto social la producción, comercialización de diarios en todo el Norte del país y brindar servicios de impresión.

Dicha empresa tiene como Representante Legal o Gerente General al Sr. Jaime Barmak Wolfenson y se encuentra ubicada en la Calle Teresa Gonzales Fanning N° 369, P.J. José Olaya, Provincia y Distrito de Chiclayo; Departamento de Lambayeque.

Cuenta con 2 accionistas, cuyos nombres son BARMAC WOLFENSON JAIME y GALVEZ ESPINOZA ADALBERTO EDELMIRO

Inicialmente, mientras se coordinaba y hacían todas las gestiones necesarias para su apertura, se empezó instalando el área administrativa, y después de una ardua labor, se hicieron las pruebas de color de impresión, calibrando la rotativa y proyectando materia prima e insumos a utilizar.

Así fue como un 19 de mayo del 2014 se realizó definitivamente su salida al mercado, con un gran tiraje de periódicos distribuidos por toda la zona Norte del país desde Lambayeque, hasta Piura, Tumbes, Chiclayo, Trujillo.

Ahora viene creciendo y siendo cada vez más competitiva, perfeccionando procedimientos y procesos.

**1.1.- MISIÓN**

La empresa tiene como misión producir y comercializar diarios como El Men, La Razón, El Chino, Todo Sport en toda la zona norte del país, dando información veraz, completa, actual y de alta calidad que ayuda al lector a entender su entorno y a tomar decisiones, que defiende el derecho a la libertad de expresión, de información y vela por su máspreciado patrimonio: la credibilidad.

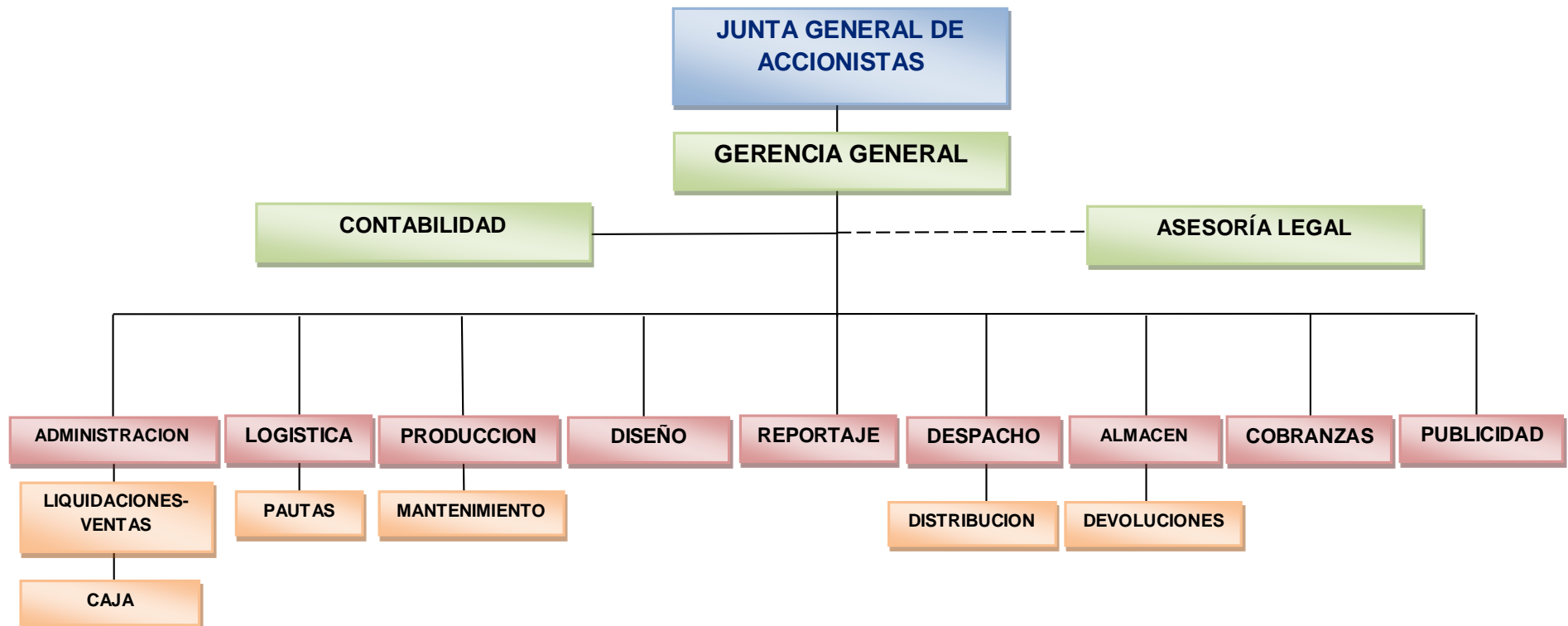
**1.2.- VISIÓN**

Ser la mejor empresa editora del país, propagando la comunicación tanto hablada como escrita, tendientes a publicar y difundir información de toda índole.



### 1.3.- ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La Empresa Editora Eilat SAC presenta la siguiente estructura orgánica:



## CAPITULO II

### SISTEMA DE COSTOS PARA LA EMPRESA EDITORA EILAT SAC

#### 2.1.- FUNDAMENTO TEÓRICO

##### 2.1.1.- TEORÍA GENERAL DE LOS COSTOS

Samuelson y Nordhaus (1996) en su obra “*Análisis de los Costos*” afirma lo siguiente:

En un mundo de escasez, las empresas tienen que pagar los factores: el acero, los tornillos, los disolventes, los ingenieros, las secretarias, las computadoras, los teléfonos, las bombillas y los lápices. Las empresas rentables son muy conscientes de este sencillo hecho cuando se fijan unos objetivos para su producción y sus ventas, ya que cada peso de costos innecesarios reduce sus beneficios en esa misma cuantía.(p.108)”<sup>2</sup>

**TEORÍA GENERAL DE COSTOS** es el conjunto de enunciados científicos relacionados con el costo como fenómeno económico y de los preceptos técnicos que hacen a su determinación como hecho económico voluntario en la praxis empresarial y están relacionados con la evolución del patrimonio del ente. . [FIGUEIRA, 2003 <sup>3</sup>].

La doctrina contable cree en la existencia de dos tipos de costo, uno económico y otro contable, procurando en los últimos tiempos un

---

<sup>2</sup> Samuelson, Paul A. y William D. Nordhaus (1996), “*Análisis de los costes*”, quinta edición Madrid: McGraw-Hill, pp. 108, recuperado de <https://noehernandezcortez.wordpress.com/2010/10/30/teoria-de-costos-de-paul-samuelson/>

<sup>3</sup> Marcelino Figueira. Estudio del fenómeno económico costo. (2003) VIII Congreso del Instituto Internacional de Costos, Punta del Este, Uruguay. Recuperado de: <https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjEkJu7zv7SAhXNnJAKHfx2BfsQFggYMAA&url=http%3A%2F%2Feco.unne.edu.ar%2Fcontabilidad%2Fcostos%2FVIIIcongreso%2F076.doc&usg=AFQjCNHluDgrLn-Tx7oWGwfw1IC-2Z6fg&bvm=bv>.

acercamiento del segundo al primero. MARIO BIONDI afirma que “el **sacrificio económico** que alguien realiza para disponer de un bien recibe el nombre de **precio de costo pagado**” [BIONDI<sup>4</sup>]. En lo que respecta al *costo contable* interpretase que alude específicamente a dinero, siguiendo a BIONDI, al **dinero pagado** como *precio* del bien sobre el cual se obtiene su usufructo, habida cuenta que **precio** es el “*valor pecuniario, en dinero efectivo, en que se estima*”

La búsqueda por conocer y explicar la realidad del costo conduce a reflexionar sobre que sucede cuando el fenómeno económico se concreta en un hecho real, llevando entonces a argumentar acerca del “costo de...”, es decir, sobre un “costo determinado” para el logro de un propósito perseguido por un ente, siendo el objeto de la investigación el conocimiento concreto o aplicado a efectos de comprender que ocurrió, acontece o se prevé acaecerá. La expresión “costo de...” es genérica, representándose con los puntos suspensivos a los vocablos posibles que identifican cada objeto del costo.

La *realidad patrimonial* que constituye el *entorno* del sistema el “*tránsito de bienes*”, es decir su cambio de estado, para investigar la **realidad del costo** se procura de responder ¿**qué sucede?** hallando que el vínculo con el *contexto* está dado por la identificación del *costo* en la praxis como un **hecho económico** voluntario.

La **teoría contable de costos** investiga acerca de la determinación del “costo de...”inquiriendo ¿qué tipo de conocimiento entiende sobre ello?

Los **procesos decisorios** hacen referencia a ¿qué uso dan los usuarios a los informes emitidos? para investigar sobre la gestión de

---

<sup>4</sup> Biondi Mario (1999). “*Teoría de la Contabilidad*”. Ediciones Macchi. Pág. 16.

costos arribándose a la conclusión que el vínculo que da vida a los *informes* es información

En la Teoría de los Costos, es evidente que, como en toda teoría, estarán presentes imprescindiblemente ciertas relaciones lógicas de diferente jerarquía como las define López de Sa. La Teoría deberá plantearse hipótesis específicas alternativas si consideramos que no existe "el costo" en forma unívoca, sino que existirán costos diferentes, todos ellos válidos y útiles, según sean los objetivos perseguidos con su determinación o conocimiento, siempre que se hayan respetado ciertos principios teóricos fundamentales, que la Teoría deberá proveer. Acá es donde surge claramente la diferencia entre los costos dentro del Sistema de la renta y los requerimientos de la gestión efectiva de las unidades económicas

La lógica de la teoría de los costos es típicamente funcional y asume la tarea de construir esquemas de análisis de la variabilidad de los costos de producción, útiles para la previsión e interpretación de la variabilidad misma y que estos esquemas sólo pueden tener naturaleza funcional.”<sup>5</sup>

Por lo expuesto, la Teoría de los costos no debe basarse en el análisis causal sino en el funcional. Si decimos, por ejemplo, que el aumento en el volumen de producción es causa generadora de una cierta variación en los costos, cometemos un error. Pues el incremento del volumen de la producción es sólo un factor de influencia y no una causa en sentido propio, pues la decisión de aumentar la cantidad producida y sus consecuencias está basada en otras circunstancias que hacen a la gestión. Por lo tanto, aquello que podríamos denominar causa inmediata depende de otras causas.

---

<sup>5</sup> Osorio, O. (1994). Los Costes y la Contabilidad de Gestión. Recuperado el 11 de Junio de 2016, de <http://www.observatorio-iberoamericano.org/paises/Spain/Art%C3%ADculos%20diversos%20sobre%20Contabilidad%20de%20Gesti%C3%B3n/Oscar%20Osorio%202.pdf>

Es decir que la Teoría de los costos al ser dinámica, es típicamente no causal, y en todo módulo de correlación dinámica, cada variable puede ser causa y efecto. Para comprender nuestra posición respecto de la Teoría general de los costos, debemos aclarar que en nuestra opinión ésta debe analizar, dentro de las diversas relaciones del "sistema empresa", las relaciones funcionales entre costos y factores de influencia. Los esquemas de correlación que se definan, conforme a ciertas hipótesis, deben permitir:

1. La valoración, prospectiva y retrospectiva de las repercusiones que en los costos tienen o pueden tener ciertos sucesos.
2. La interpretación de todas o determinadas variaciones. Ello implica la fijación de ciertas premisas fundamentales. No cabe duda que la corriente central de la investigación científica consiste en la búsqueda, explicación y aplicación de las leyes científicas, cuya deducción y establecimiento será responsabilidad de la Teoría.

*En nuestra opinión, a través de la TEORÍA GENERAL DE COSTO podemos identificar los costos en que se incurre en el proceso producción y comercialización de diarios en la empresa Editora Eilat SAC, pues nos da una visión sobre el concepto de costo, sistemas de costos y nos ayuda a vincular el termino costo con la existencia, en toda actividad económica y en las diferentes funciones que la integran de procesos productivos.*

*Queda entonces bien entendido que una Teoría general de los costos no se refiere exclusivamente a los costos en la actividad industrial que es a la que las técnicas desarrolladas se han referido desde siempre, sino a todos y cada uno de los procesos que en cualquier tipo de actividad económica, agregan valor o crean utilidad, en los términos definidos; dado que en cualquier actividad que implique el sacrificio de factores económicos para lograr un resultado, existirán costos y se generarán*

*"ingresos", aún con la multiplicidad de acepciones que podamos asignarle a éstos.*

### 2.1.2. TEORÍA CONTABLE

La contabilidad en su actividad todavía primitiva, estaba obligada a hacer numerosos, complejos y frecuentes cálculos, con utilización abundante de las cuatro reglas, procediendo, lógicamente, al registro ordenado y adecuado del resultado de tales operaciones.

Justo y Reyes, citado por Lorna Luque (1974), definen la contabilidad del siguiente modo:

*"Doctrina o ciencia, rama de la matemáticas aplicadas a la administración, que mediante anotaciones veraces, completas, coordinadas, sistematizadas y resumibles, permite definir y regular una actuación económica o administrativa"*<sup>6</sup>.

La construcción del conocimiento contable (desde una visión científica), presenta sus inicios en el siglo XVIII, tiempo donde se promueve la consideración de la contabilidad como ciencia; diversos investigadores buscan abordar su progreso científico que viene gestionando un camino de lo pragmático a fundamentos conceptuales teóricos. El conocimiento contable, desde la óptica científica, surgió con la obra de Coffy en Francia en 1836, y luego su formalización y desarrollo con los aportes que permitieron el avance científico presentados por Franceso Villa en Italia en 1840.

El profesor Leandro Cañibano manifiesta: "quizá uno de los mayores problemas que en el orden conceptual haya tenido que soportar el desarrollo de la ciencia contable ha sido, sin duda, la falta de rigor metodológico en el análisis de las propuestas alternativas, que han tratado de marcar una orientación" (Canibano, 1997, 4).

---

<sup>6</sup> Recuperado de: [http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/cya/cya\\_v4\\_n8\\_03.pdf](http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/cya/cya_v4_n8_03.pdf)

Para profundizar sobre teoría contable es importante recordar que teoría es un sistema que relaciona leyes y a su vez presenta una explicación, donde el cómo y el por qué buscan su ilustración.

Para Franco Ruiz (1995) la teoría contable es un conjunto coherente de principios hipotéticos, conceptuales y pragmáticos que forman el marco conceptual de referencia, mediante el cual la práctica contable puede ser evaluada y dirigida al desarrollo de nuevas prácticas y procedimientos <sup>7</sup>

La premisa contemporánea en contabilidad es profundizar en el campo de conocimiento y su objeto de estudio, es decir comprender la naturaleza del saber contable, con fundamento en las escuelas del pensamiento contable.

El desarrollo de la teoría contable a nivel internacional es liderado por investigadores que buscan el soporte del saber contable, de esta forma el profesor Cañibano profundiza en el conocimiento contable mediante tres programas de investigación: el programa legalista, el programa económico y el programa formalizado.

La relación entre Contabilidad y Derecho ha llevado a que alguna escuela contable, de transición entre las etapas pre-científica y científica, haya sustentado los fundamentos conceptuales de nuestra disciplina en relaciones jurídicas.

Sin duda que la Contabilidad y la actividad económica han estado íntimamente unidas desde el nacimiento de la primera, el primer lugar, porque, como ya hemos indicado, la Contabilidad nace en, por y para el comercio y, en segundo lugar, porque parece sobradamente demostrado

---

<sup>7</sup> Villareal, J. (01 de Junio de 2009). *Universidad Libre*. Recuperado el 20 de Junio de 2016, de *Contabilidad*:<http://www.unilibre.edu.co/CriterioLibre/images/revistas/11/CriterioLibre11art07.pdf>



su papel en la evolución y desarrollo del capitalismo, así como su función de motor de la economía y de impulsora del desarrollo económico. Sin embargo, la adscripción formal y expresa no aparecería en las conceptualizaciones teóricas de nuestra disciplina, hasta fechas relativamente recientes, aunque, insistimos, haya estado latente desde los orígenes de la partida doble.

- **Enfoque Legalista**

La contabilidad se desarrolla con el registro consecutivo de hechos jurídicos que nacen de transacciones comerciales y que pasan a un ámbito comunicacional a terceros en donde dicha información trata de dar una dinámica al mercado de capitales.

Se sitúa en los comienzos de la disciplina contable, en lo que respecta a la utilización del principio contable de partida doble.

Este enfoque se desarrolla bajo subprogramas como códigos y leyes, aceptación generalizada (PCGA), marco conceptual lógico y teleológico.

- **Enfoque Económico**

La realidad económica se convierte en principal condicionante para el desarrollo de las prácticas contables con el fin de establecer parámetros en la toma de decisiones todo esto bajo una normatividad que le de legalidad. Los subprogramas manejados bajo esta percepción son la búsqueda del beneficio verdadero, utilidad para el decidor y teoría positiva.

- **Enfoque Formalizado**

Este programa se desarrolla en un método hipotético-deductivo que representa los hechos económicos bajo una lógica matemática, que convergen tanto en una postura positiva como normativa. Se desenvuelve bajo los subprogramas de axiomatización en contabilidad, análisis circulatorio, teoría de la agencia y economía de información y el modelo CAMP/HEM o modelo de mercado. El desarrollo de la

ciencia contable parte de planteamientos investigativos que tienen como fundamentos dos vertientes, una europea y la otra estadounidense. La vertiente europea maneja la formación desde una concepción de satisfacer con la información contable una necesidad de terceros es decir desde el paradigma de la utilidad y la estadounidense parte de unos principios de contabilidad que nacen de un método deductivo.

*En nuestra opinión, la TEORÍA CONTABLE nos abren la puerta hacia una visión del conocimiento más amplia, pues si bien es cierto que el afán del hombre por encontrar nuevos saberes y aplicarlos en la práctica lo llevan a evolucionar los conocimientos en las diferentes áreas, también es cierto que el entorno en que se realiza su búsqueda puede alterarlo significativamente y solo el profesional integral que obedezca a una adecuada cultura contable provista en valores (axiología) y que tenga un desempeño profesional caracterizado por su constancia, perseverancia y esmero, podrá dar fe sobre el verdadero conocimiento de la realidad contable.*

*Además que la Teoría Contable nos muestra cómo fue tratada la contabilidad y la información contable, y esto nos ayudará en el desarrollo de la tesis pues lo que se requiere es analizar la información contable de la empresa Editora Eilat SAC e identificar que parte de la información se refiere a los costos, y así lograr los objetivos planteados.*

### **2.1.3. TEORÍA GENERAL DE SISTEMAS**

Si alguien se pusiera a analizar las nociones de moda hoy por hoy, en la lista aparecería “sistemas” entre los primeros lugares. El concepto ha invadido todos los campos de la ciencia y penetrado en el pensamiento y el habla populares y en los medios de comunicación de masas. El razonamiento en términos de sistemas desempeña un papel dominante en muy variados campos, desde las empresas industriales y los armamentos hasta temas reservados a la ciencia pura

La primera formulación de la Teoría General de Sistemas es atribuible al biólogo Ludwig von Bertalanffy (1901-1972), para él esta teoría constituye un mecanismo de integración entre las ciencias naturales y sociales y al mismo tiempo es un instrumento básico para la formación y preparación de científicos.

Una de las fases más importantes en la evolución de la teoría de sistemas comienza a iniciarse en los años sesenta, cuando aparecen las denominadas teorías de la auto-organización, que consideraban sistemas que puede auto-organizarse, creando con ello su propia estructura y los elementos de que se componen. Es decir, sistemas que se constituyen a sí mismos mediante una clausura autorreferente y no tanto mediante un observador externo que señala la diferencia entre sistema y entorno. Son por tanto sistemas siempre cerrados: su clausura es condición indispensable de su existencia, sin embargo no podemos olvidar que estos existen como tales sólo en un entorno y que la diferencia entre sistema y entorno es una diferencia constitutiva de todo sistema. Por ello nunca puede pensarse en un sistema aislado del entorno, al modo de los sistemas cerrados de la teoría clásica, sino en un sistema autorreferente que, en su misma clausura, contiene la diferencia entre sistema y entorno, como diferencia constitutiva.

La noción clásica, que parte de la distinción entre el todo y sus partes sin que ninguno de estos dos elementos tenga contacto con su entorno (Durkheim, funcionalismo, primera teoría cibernética), se sustituye por la distinción entre el sistema y su entorno y entre cada subsistema y su entorno.

Luhmann la describe entonces como un sistema recíproco de comunicación con sentido. Todo ello permite a su vez un tratamiento renovado del clásico tema de la diferenciación funcional. Así, en vez de analizar las diferentes funciones sociales, esta nueva teoría

adopta una forma estructural como es la emergencia evolutiva de círculos comunicativos cerrados, cada uno de los cuales desarrolla una función propia.

Si tales círculos son cerrados, se produce una diferenciación sistémica de modo tal que cada sistema se forme distinguiéndose de un entorno, lo cual da lugar a un modelo dinámico en el que cada subsistema (o sistema parcial) introduce el resto del sistema social como un entorno interno. Y además se mantiene la idea de que cada subsistema es autorreferente, lo cual introduce un importante sesgo en la formulación de la teoría del conocimiento.

En principio esto significa que las operaciones no pueden apoyarse sino sobre anteriores operaciones de la misma naturaleza (así las decisiones políticas como elementos del sistema político sólo son posibles sobre la base de decisiones políticas anteriores y sólo se las puede relacionar con una red de decisiones de ese tipo que se diferencian de las decisiones económicas, legales, religiosas. Sin embargo, y en segundo lugar, no existe la posibilidad de un único principio regulador para el conjunto de la sociedad, ya sea de un subsistema sobre los demás, ya sea de un criterio externo común sobre el conjunto de los subsistemas sociales (por ejemplo, una política de bienestar que regule el subsistema económico).

De ahí que Luhmann sea tan escéptico respecto a la elaboración de planes de justicia social basados en un consenso moral y que luego se apliquen al conjunto de la sociedad.

La meta de la Teoría General de los Sistemas no es buscar analogías entre las ciencias, sino tratar de evitar la superficialidad científica que ha estancado a las ciencias. Bertalanffy reconoce que la teoría de sistemas comprende un conjunto de enfoques que difieren en estilo y

propósito, entre las cuales se encuentra la teoría de conjuntos (Mesarovic) , teoría de las redes (Rapoport), cibernética (Wiener), teoría de la información (Shannon y Weaver), teoría de los autómatas (Turing), teoría de los juegos (von Neumann), entre otras. Por eso, la práctica del análisis aplicado de sistemas tiene que aplicar diversos modelos, de acuerdo con la naturaleza del caso y con criterios operacionales, aun cuando algunos conceptos, modelos y principios de la TGS como el orden jerárquico, la diferenciación progresiva, la retroalimentación, etc. son aplicables a grandes rasgos a sistemas materiales, psicológicos y socioculturales.<sup>8</sup>

*En nuestra opinión la Teoría General de Sistemas nos ayuda a entender cómo el ente o empresa está organizado como un sistema, que se interrelaciona con usuarios del exterior (otras empresas, el gobierno, etc.), así como también con usuarios del interior (accionistas, gerente, y sus diferentes áreas que la conforman), además que está sujeto a cambios del entorno, permitiéndonos entender la complejidad en que se desarrolla cada operación del ente, la explicación de los fenómenos y cómo es su interrelación con el entorno.*

*Esto nos ayudará para identificar e interrelacionar los elementos del sistema de costos para la empresa Editora Eilat SAC analizando la información que se nos brinde y cómo es que la comunicación de esta información influye en el buen funcionamiento de dicho sistema y en la mejora para la toma de decisiones.*

#### **2.1.4.-TEORIA EMPRESARIAL**

Una teoría sobre la empresa es un conjunto sistemático de reglas, leyes y principios que intentan explicar el funcionamiento de la misma. A lo

---

<sup>8</sup> Arnold, M., & Osorio, F. (s.f). Introducción a los Conceptos Básicos de la Teoría General de Sistemas. Recuperado el 10 de Junio de 2016, de Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de Chile <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/03/frprinci.htm>

largo de los años diferentes escuelas y autores han hecho hincapié en diferentes aspectos.

En relación a las teorías sobre las empresas podemos encontrar:

**1. Teoría neoclásica o marginalista (Walras, Marshall, Jevons):**

Se desarrolla desde mediados del siglo XIX hasta las primeras décadas del siglo XX. Sus seguidores afirman que el mercado y su "mano invisible" fijan los precios de los factores y de los productos, por lo que la función de la empresa se limita a combinar los factores para obtener los productos que le permitan lograr el máximo beneficio.

Para muchos la empresa moderna es rigurosa pero rudimentaria, por lo menos tres razones ayudan a explicar su prolongada supervivencia.

En primer lugar, esta teoría se presta a una formalización matemática elegante y general. En segundo lugar es muy útil para analizar cómo las opciones de producción de una empresa responden al cambio exógeno del entorno, tal como un incremento de sueldos e impuestos.

Por último, la teoría es asimismo muy útil para analizar las consecuencias de la interacción estratégica entre empresas en un escenario de competencia imperfecta; por ejemplo, no puede ayudar a entender la relación entre el grado de concentración en una industria y la producción y el nivel de precios de esta.

Reconocidas estas ventajas, la teoría neoclásica adolece de algunas claras debilidades. No explica cómo se organiza la producción al interior de la empresa, cómo se resuelven los conflictos de interés entre los dueños, administradores, trabajadores y consumidores; ni tampoco, de manera más general, cómo se logra la meta de maximización de utilidades.

De manera más sutil la teoría neoclásica evade la pregunta sobre qué define a una empresa o qué determina sus límites. Dado que esta teoría no responde la cuestión del tamaño de una empresa, no es capaz de explicar las consecuencia de dos empresas que deciden fusionarse, o de una empresa que de escinde en dos más pequeñas. *La teoría neoclásica describe muy vagamente el funcionamiento de las empresas pero no aporta significativamente a la imagen de su estructura*

## 2. Teoría del agente-principal

Esta teoría supera algunas debilidades de la aproximación neoclásica. Reconoce los conflictos de interés existentes entre los diferentes actores económicos formalizando dichos conflictos a través de la inclusión de problemas de observación y de asimetría informativa. Toma a la empresa como una unidad de producción, pero ahora el administrador toma decisiones de producción, tales como inversión, asignación de esfuerzos, que los dueños de la empresa no observa, ya que el administrador cuenta con información sobre la rentabilidad de ésta que los dueños ignoran, y adicionalmente tienen otra metas en meta más allá del bienestar de los dueños (ganancias extras en el trabajo).

Esta teoría sostiene que será imposible para los dueños implementar sus propios planes de maximización de ganancias directamente, a través de un contrato con el administrador; en general los dueños no van a ser capaces de ex post de decir si es que el administrador escogió un buen plan.

Por lo tanto, los dueños para alinear los objetivos del administrador con los suyos, los colocan bajo un esquema de incentivos, sin embargo el gerente siempre hará prevalecer sus propios objetivos a expensas de los de los dueños, y los conflicto de intereses seguirán vigentes dando inicios de una teoría gerencial de la empresa.

Una de las desventajas es que tampoco contesta la pregunta sobre qué es lo que define la empresa y dónde están localizados los límites a su estructura.

### **3. Teoría de los costes de transacción (Williamson y Coase):**

Williamson apoya su teoría de la empresa con las siguientes: la unidad principal de análisis es la transacción; la correspondencia entre las estructuras de gobernación (marco organizacional en el que se decide establecer la relación contractual) y las transacciones (de diferentes atributos) para ahorrar en costos de transacción; la evaluación institucional entre el mercado clásico, la empresa y las formas "híbridas", y la relación entre racionalidad limitada y oportunismo, en condiciones de transacción que involucra especificidad de activos

Cuando una empresa necesita, por ejemplo, materias primas puede comprarlas en el mercado o producirlas ella. Si la empresa decide ir al mercado tendrá los costes de transacción, esto es, costes de búsqueda de proveedores, costes de contratación y costes de incertidumbre. Así la empresa, para evitar estos costes, puede producir lo que necesita, pero en este caso aumentarán los costes de coordinación (gestión).

### **4. Teoría social:**

La actividad de una empresa tiene consecuencias sociales. La empresa no debe perseguir sólo fines económicos sino también sociales. Para ello confeccionará un "Balance Social" donde recoge información sistemática de las contribuciones de la empresa a la sociedad y de las relaciones sociales que la empresa genera en un ejercicio tanto internos (relaciones laborales, estilo de dirección) y externos (sobre sus clientes, el medio ambiente, proveedores y la comunidad).



##### 5. Teoría de la empresa como sistema:

La empresa, al ser una realidad socio-económica, es estudiada por varias ramas del conocimiento (Economía, Derecho, Sociología...) para su análisis es necesario un enfoque interdisciplinario, que se puede realizar a partir de la Teoría General de Sistemas que considera un sistema como un conjunto de elementos ordenados según unas normas y relacionados para el cumplimiento de ciertos objetivos.

*En nuestra opinión la TEORÍA EMPRESARIAL nos ayuda a entender la finalidad del ente en la sociedad, porque para desarrollarse y sobrevivir en el mercado necesita optimizar sus recursos, costos logrando así la competitividad.*

*Además nos ofrece un panorama desde el punto de vista económico, relacionando a la empresa con su entorno, buscando la forma de generar los máximos beneficios, sin dejar de lado su fin social.*

*Nuestra empresa compra materiales y los utiliza en su proceso de producción, por lo que la teoría empresarial no trata solo a la empresa, sino a su interrelación con usuarios, ya sean internos o externos*

*Por lo tanto los diversos enfoques de esta teoría son de suma importancia para nuestro proyecto de investigación, sin empresa no habría razón de ser, los costos de las transacciones que realice la empresa Editora Eilat SAC se basan en la teoría estudiada.*

## **2.2. - FUNDAMENTO CONCEPTUAL**

### **2.2.1.- CONTABILIDAD DE COSTOS**

La contabilidad de costos <sup>9</sup> es una rama de la contabilidad que analiza cómo se distribuyen los costes y los ingresos que genera una empresa entre:

- Los diversos productos que fabrica / comercializa o los servicios que ofrece.
- Entre sus diferentes departamentos de la empresa.
- Entre sus clientes.

Según W. B. Lawrence en su obra “Contabilidad de Costos” (1953):

..."La Contabilidad de Costos es un proceso ordenado que usa los principios generales de contabilidad para registrar los costos de operación de un negocio de tal manera que, con datos de producción y ventas, la gerencia pueda usar las cuentas para averiguar los costos de producción y los costos de distribución, ambos por unidad y en total de uno o de todos los productos fabricados o servicios prestados, y los costos de otras funciones diversas de la negociación, con el fin de lograr una operación económica, eficiente y productiva". <sup>10</sup>

La contabilidad de costos es un sistema de información para predeterminedar, registrar, acumular, distribuir, controlar, analizar, interpretar e informar de los costos de producción, distribución, administración y financiamiento. Se relaciona con la acumulación, análisis e interpretación de los costos de adquisición, producción, distribución, administración y financiamiento, para

---

<sup>9</sup> Aula Fácil. (s.f). Recuperado el 12 de Junio de 2016, de Curso de Contabilidad de Costes: <http://www.aulafacil.com/cursos/126998/empresa/contabilidad/contabilidad-de-costes/introduccion-que-es-la-contabilidad-de-costes>

<sup>10</sup> Soza Hernández, O. (04 de Abril de 2012). Contabilidad de Costos. Recuperado el 12 de 03 de 2016, de CONCEPTOS DE CONTABILIDAD DE COSTOS SEGÚN ALGUNOS AUTORES: [http://costabilidad-de-costos.blogspot.pe/2012/04/conceptos-de-contabilidad-de-costos\\_04.html](http://costabilidad-de-costos.blogspot.pe/2012/04/conceptos-de-contabilidad-de-costos_04.html)

el uso interno de los directivos de la empresa para el desarrollo de las funciones de planeación, control y toma de decisiones <sup>11</sup>

### **2.2.2.- PRINCIPALES OBJETIVOS.**

Los Principales Objetivos de la Contabilidad de Costos pueden ser enunciados como sigue:

- 1) Compilar la información, registrar y controlar las operaciones fabriles, para determinar el costo unitario de la producción, valorar los inventarios y conocer la magnitud de los resultados mediante la elaboración del estado de resultados y de otros informes específicos, en forma objetiva, amplia y oportuna.
- 2) Controlar los costos en forma preventiva sobre los elementos productivos de la empresa en forma preventiva y/o en forma correctiva sobre posibles irregularidades surgidas en el desarrollo normal de las operaciones, determinando conceptos, causas y responsabilidades.
- 3) Planear los costos en cuanto a:
  - a) Formulación de los presupuestos de operación y financiero.
  - b) Estructuración y regularización de la política de precios de la empresa.
  - c) Elección de políticas y alternativas en la planeación de las utilidades

En resumen, el determinar los costos unitarios de producción permite:

- a) valorar la producción en proceso
- b) valorar la producción terminada
- c) valorar el costo de producción de lo vendido
- d) normar las políticas de mercado
- e) sustentar la toma de decisiones
- f) planear las utilidades
- g) elaborar los presupuestos

---

<sup>11</sup> GARCÍA COLÍN, Juan, Contabilidad de costos, Tercera Edición, Pag. 08- Mexico

### 2.2.3.- EL COSTO Y SU CLASIFICACIÓN

#### 2.2.3.1.- CONCEPTO DE COSTO:

“...Son la suma de esfuerzos y recursos que se han invertido para producir algo.”<sup>12</sup>

“...Es el conjunto de pagos, obligaciones contraídas, consumos, depreciaciones, amortizaciones y aplicaciones atribuibles a un periodo determinado, relacionadas con las funciones de producción, distribución, administración y financiamiento.”<sup>13</sup>

“... Es el valor monetario de los recursos que se entregan o prometen entregar, a cambio de bienes o servicios que se adquieren.” <sup>14</sup>

#### 2.2.3.2.- CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS.

Dentro de la contabilidad de costos de una empresa de transformación, los costos se clasifican principalmente como sigue:

✓ **La función en que se incurre:**

**a) Costos de producción (costos)**

Son los que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos elaborados. Son tres elementos los que integran el costo de producción: materia prima directa, mano de obra directa y cargos indirectos.

**b) Costos de venta (gastos)**

Son los que se incurren en el área que se encarga de comercializar los productos terminados. Por ejemplo: sueldos y prestaciones de los empleados del departamento de ventas, comisiones a vendedores, publicidad, etcétera.

---

<sup>12 13 14</sup> Contabilidad de Costos. (s.f). Recuperado el 20 de Junio de 2016, de Ingeniería UNAM: <http://www.ingenieria.unam.mx/~materia/cfc/CCostos.html>

**c) Costos de administración (gastos)**

Son los que se originan en el área administrativa; o sea, los relacionados con la dirección y manejo de las operaciones generales de la empresa. Por ejemplo: sueldos y prestaciones del director general, del personal de tesorería, de contabilidad, etcétera.

**d) Costos financieros (gastos)**

Son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento.

✓ **Su identificación:**

**a) Costos directos**

Son aquellos costos que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados o áreas específicas.

**b) Costos indirectos**

Son aquellos costos que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados o áreas específicas.

✓ **El periodo en que se llevan al estado de resultados:**

**a) Costos del producto o costos inventariables (costos)**

Son aquellos costos que están relacionados con la función de producción. Estos costos se incorporan a los inventarios de: materias primas, producción en proceso y artículos terminados y se reflejan como activo circulante dentro del balance general. Los costos del producto se llevan al estado de resultados, cuando y a medida que los productos elaborados se venden, afectando el renglón costo de los artículos vendidos.

***b) Costos del periodo o costos no inventariables (gastos)***

Son aquellos costos que se identifican con intervalos de tiempo y no con los productos elaborados. Se relacionan con las funciones de venta y administración: se llevan al estado de resultados en el periodo en el cual se incurren

✓ **Comportamiento respecto al volumen de producción o venta de artículos terminados**

***a) Costos fijos***

Son aquellos costos que permanecen constantes en su magnitud dentro de un periodo determinado, independientemente de los cambios registrados en el volumen de operaciones realizadas.

***b) Costos variables***

Son aquellos costos cuya magnitud cambia en razón directa al volumen de las operaciones realizadas.

***c) Costos semifijos, semivariables o mixtos***

Son aquellos costos que tienen elementos tanto fijos como variables.

✓ **El momento en que se determinan los costos:**

***a) Costos históricos***

Son aquellos costos que se determinan con posterioridad a la conclusión del periodo de costos.

***b) Costos predeterminados***

Son aquellos costos que se determinan con anterioridad al periodo de costos o durante el transcurso del mismo.

- ✓ **Por su relación con un departamento, centro de costos o producto determinado:**

**a) Costos directos**

Son los costos que, desde el momento en que se generan, pueden ser plenamente identificados con el departamento, centro de costos o producto que los origina.

**b) Costos indirectos**

Son los costos que al no identificarse con un departamento, centro de costos o producto determinado, se aplican a ellos por distribución

### **2.2.3.3. COSTO DE PRODUCCIÓN**

El costo de producción son costos que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados.

Son tres los elementos esenciales que integran el costo de producción:

**2.2.3.3.1.- Materia prima:** Son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados, se divide en:

**a) *Materia prima directa (MPD)***

Son todos los materiales sujetos a transformación, que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados, como por ejemplo, la madera en la industria mueblera.

**b) *Materia prima indirecta (MPI)***

Son todos los materiales sujetos a transformación, que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados, por ejemplo, el barniz en la industria mueblera.

**2.2.3.3.2.- Mano de obra:** Es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados, se divide en:

**a) Mano de obra directa (MOD)**

Son los salarios, prestaciones y obligaciones a que den lugar, de todos los trabajadores de la fábrica, cuya actividad se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

**b) Mano de obra indirecta (MOI)**

Son los salarios, prestaciones y obligaciones a que den lugar, de todos los trabajadores y empleados de la fábrica, cuya actividad no se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

**2.2.3.3.3.- Cargos indirectos (CI)** También llamados gastos de fabricación, gastos indirectos de fábrica, gastos indirectos de producción o costos indirectos, son el conjunto de costos fabriles que intervienen en la transformación de los productos y que no se identifican o cuantifican plenamente con la elaboración de partidas específicas de productos, procesos productivos o centros de costo determinados.

**2.2.3.3.3.-** *Si se conocen los elementos que conforman el costo de producción se pueden determinar otros conceptos, en la forma siguiente:*

❖ **Costo primo:** Es la suma de los elementos directos que intervienen en la elaboración de los artículos (materia prima directa más mano de obra directa).



- ❖ **Costo de transformación o conversión:** Es la suma de los elementos que intervienen en la transformación de las materias primas directas en productos terminados (mano de obra directa más cargos indirectos).
- ❖ **Costo de producción:** Es la suma de los tres elementos que lo integran (materia prima directa, mano de obra directa y cargos indirectos); también podemos decir que es la suma del costo primo más los cargos indirectos.
- ❖ **Gastos de operación:** Es la suma de los gastos de venta, administración y financiamiento.
- ❖ **Costo total:** Es la suma del costo de producción más los gastos de operación.

#### **2.2.4.- SISTEMAS DE COSTOS**

Son el conjunto de procedimientos, técnicas, registros e informes estructurados sobre la base de la teoría de la partida doble y otros principios técnicos, que tienen por objeto la determinación de los costos unitarios de producción y el control de las operaciones fabriles.

Cada una de las empresas necesita registrar sistemáticamente los costos por la realización periódica de sus operaciones.

Los sistemas de costos pueden clasificarse de la siguiente manera:

##### **2.2.4.1.-EN ATENCIÓN AL MOMENTO EN QUE SE DETERMINAN LOS COSTOS:**

###### **2.2.4.1.1.- Históricos o reales**

Son aquellos que se determinan con posterioridad a la conclusión del periodo de costos. Para acumular los costos totales y determinar los costos unitarios de producción, debe esperarse la conclusión de cada periodo de costos.

La ventaja de los costos históricos consiste en que acumula los costos de producción incurridos; es decir, costos comprobables. Su implantación y funcionamiento no resultan caros.

No revisten gran complejidad para ser puestos en operaciones y las empresas que los adoptan no requieren de personal altamente especializado en la técnica contable.

Desventaja: No permite aplicar medidas correctivas conducentes a hacer más eficientes las actividades. Además impiden medir la eficiencia de las operaciones celebradas por la empresa.

Para la determinación de los precios de venta, la información puramente histórica es de utilidad muy limitada.

#### **2.2.4.1.2.- Predeterminados**

Estos costos se determinan con anterioridad al periodo de costos o durante el transcurso del mismo. Tal situación nos permite contar con una información más oportuna y aun anticipada de los costos de producción, así como controlarlos mediante comparaciones entre costos predeterminados y costos históricos. Se clasifican en costos estimados y costos estándar.

##### **2.2.4.1.2.1.- Sistemas de Costos Estimados:**

Los costos estimados representan únicamente una *tentativa en la anticipación de los costos* reales y están sujetos a rectificaciones a medida que se comparan con los mismos.

Son costos predeterminados cuyo cálculo, es un tanto general y poco profundo, se basa en la experiencia que las empresas tienen de periodos anteriores, considerando también las condiciones económicas y operativas presentes y futuras. Los costos estimados nos dicen cuánto **puede costar** un producto o la

operación de un proceso durante cierto periodo de costos.

Este sistema consiste en:

Predeterminar los costos unitarios de la producción estimando el valor de la materia prima directa, la mano de obra directa y los cargos indirectos que se consideran se deben obtener en el futuro, comparando posteriormente los costos estimados con los reales y ajustando las variaciones correspondientes.

#### **2.2.4.1.2.1.- Sistemas de Costos Estándar:**

Son costos predeterminados que indican lo que, según la empresa, **debe costar** un producto o la operación de un proceso durante un periodo de costos, sobre la base de ciertas condiciones de eficiencia, condiciones económicas y otros factores propios de la misma.

Se determinan de una manera técnica el costo unitario de un producto, basados en eficientes métodos y sistemas, y en función de un volumen dado de actividad. Sirven de base para medir la actuación real.

Los estándares de costos de fabricación generalmente están integrados de manera formal dentro de las cuentas de costos. Cuando esto ocurre, los sistemas se conocen como sistemas de contabilidad de costos estándar.

#### **2.2.4.2.-EN ATENCIÓN AL MÉTODO DE COSTEO:**

##### **2.2.4.2.1.- Absorbentes:**

En este método se consideran como elementos del costo de producción la materia prima directa, la mano de obra directa y los cargos indirectos, sin importar que dichos elementos tengan características fijas o variables en relación con el volumen de producción.

Corresponden al tipo de sistemas de costos más aplicados en la actualidad; su característica fundamental está dada por el hecho de que los costos de producción unitarios, involucran tanto a los costos fijos generados por la empresa en un periodo, como los costos variables invertidos en la producción de artículos.

#### **2.2.4.2.2.- Directos o marginales:**

En este método, el costo de producción se integra con todas aquellas erogaciones de materia prima, mano de obra y cargos indirectos que tengan un comportamiento variable con relación a los cambios en los volúmenes de producción. Los costos fijos de producción se consideran costos del periodo; se llevan al estado de resultados inmediata e íntegramente en el periodo en que se incurren.

El costo de producción unitario involucra exclusivamente los costos variables necesarios para la manufactura de los artículos, los costos fijos no forman parte del costo de producción unitario y se registran en renglones específicos que atienden a su naturaleza.

#### **2.2.4.3.- EN ATENCIÓN A LAS CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN DE LAS EMPRESAS**

##### **2.2.4.3.1.- Sistemas de costos por órdenes de producción.**

Se establece este sistema cuando la producción tiene un carácter interrumpido, lotificado, diversificado, que responda a órdenes e

instrucciones concretas y específicas de producir uno o varios artículos o un conjunto similar de los mismos.

Por consiguiente, para controlar cada partida de artículos se requiere de la emisión de una orden de producción en la que se acumulen los tres elementos del costo de producción. Por su parte, el costo unitario de producción se obtiene al dividir el costo total de producción entre el total de unidades producidas de cada orden

Es aplicable a las empresas que fabrican sus artículos a través de procesos productivos claramente definidos, ensamblando o uniendo las materias que forman parte de dichos satisfactores; se emplea principalmente en las industrias que realizan trabajos especiales, o que fabrican productos sobre pedido y también en aquellas en las cuales es posible separar los costos de material y de la mano de obra de los empleados en una orden de fabricación.

#### **2.2.4.3.1.- Sistemas de costos por procesos.**

Se establece este sistema cuando 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 llamadas procesos. Los costos de producción se acumulan para un periodo específico por departamento, proceso o centro de costos. La asignación de costos a un departamento es sólo un paso intermedio, pues el objetivo último es determinar el costo unitario total de producción.

La selección y diseño de un sistema de costos apropiado depende de los procedimientos técnicos de fabricación utilizados por la industria, los cuales han evolucionado en forma paralela al

desarrollo económico de las empresas y su diseño y establecimiento debe contemplar la necesidad de satisfacer volúmenes masivos de producción, acordes con la demanda del mercado.

#### **2.2.4.5.-SISTEMA DE COSTEO BASADO EN ACTIVIDADES**

"El Método de "Costos basado en actividades" (ABC) mide el costo y desempeño de las actividades, fundamentando en el uso de recursos, así como organizando las relaciones de los responsables de los Centros de Costos, de las diferentes actividades"

*"Sistema que primero acumula los costos indirectos de cada una de las actividades de una organización y después asigna los costos de actividades a productos, servicios u otros objetos de costo que causaron esa actividad".*

##### **Los objetivos del costeo ABC son:**

- Medir los costos de los recursos utilizados al desarrollar las actividades en un negocio o entidad.
- Describir y aplicar su desarrollo conceptual mostrando sus alcances en la contabilidad gerencial.
- Ser una medida de desempeño, que permita mejorar los objetivos de satisfacción y eliminar el desperdicio en actividades operativas.
- Proporcionar herramientas para la planeación del negocio, determinación de utilidades, control y reducción de costos y toma de decisiones estratégicas.
- Es la asignación de costos en forma más racional para mejorar la integridad del costo de los productos o servicios. Prevé un enfrentamiento más cercano o igualación de costos y sus

beneficios, combinando la teoría del costo absorbente con la del costeo variable, ofreciendo algo más innovador.

### **2.3.- ANALISIS DE VARIABLES**

#### **VARIABLE 1: Sistema de costos**

Según nuestra investigación, la Empresa Editora Eilat SAC no tiene un sistema de costos estructurado que le permita tomar decisiones acertadas en lo referente al volumen de ventas o tiraje de periódicos a producir, por lo cual nuestra labor es elaborarlo teniendo en cuenta su actividad económica.

#### **VARIABLE 2: Costos reales en el proceso de producción y comercialización de diarios**

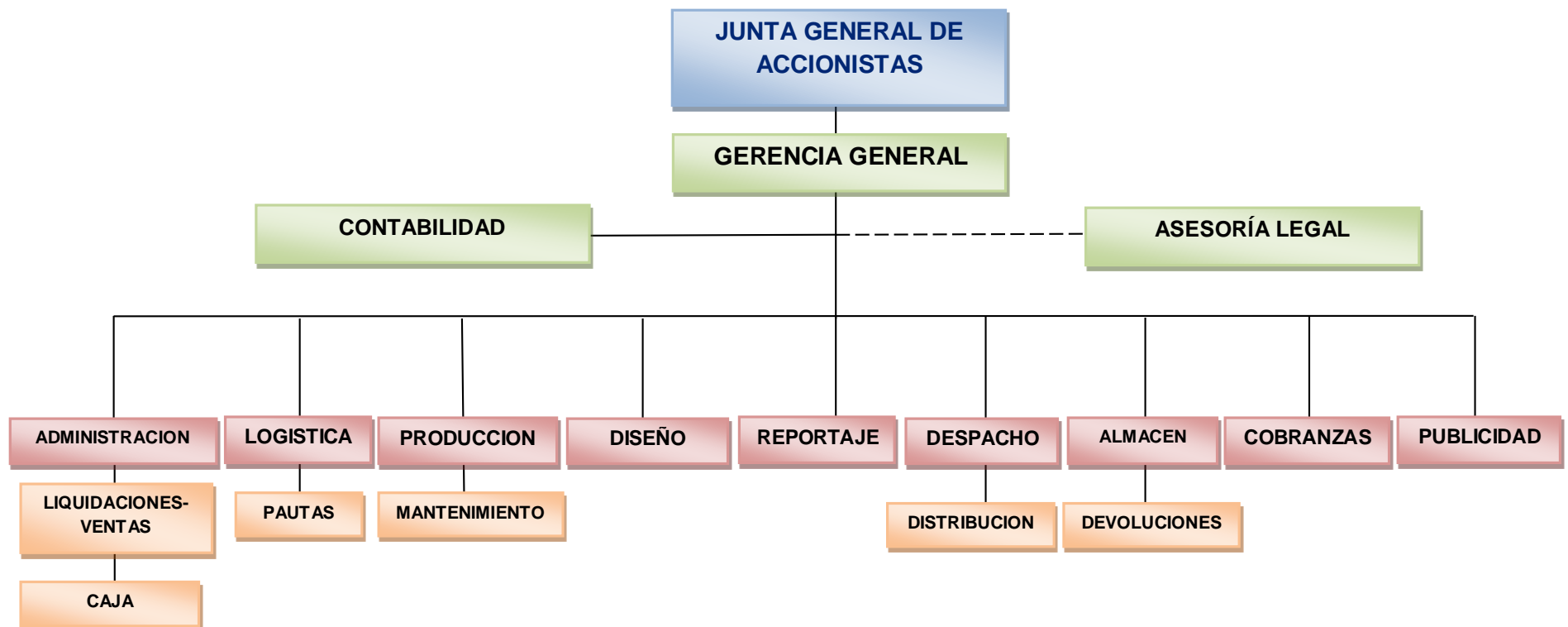
Nuestra investigación se basará en determinar los costos reales incurridos en el proceso de producción y comercialización de diarios de la Empresa Editora Eilat SAC., pues tenemos presente que la empresa no cuenta con un sistema de costeo estructurado, además que conocer el costo real utilizado permite tomar decisiones acertadas a la gerencia, logrando cumplir con los objetivos organizacionales.

El costo real se conocerá haciendo un análisis y determinando cuál es el sistema de costeo adecuado para ésta, según su actividad económica.

## CAPITULO III

### DIAGNOSTICO DEL SISTEMA DE COSTOS PARA LA EMPRESA EDITORA EILAT SAC

#### 3.1.-Organigrama funcional de la empresa Editora Eilat SAC





## **FUNCIONES**

### **1.- GERENCIA GENERAL**

- Administrar con eficiencia y eficacia a la empresa a través de la ejecución de planes y proyectos, y mediante la administración de estrategias y técnicas modernas de gestión que viabilicen el logro de los objetivos.
- Ejecutar los acuerdos de la Junta General de Accionistas
- Dirigir las actividades de Editora Eilat SAC, ejecutando la política interna, los procedimientos y los programas operativos.
- Establecer políticas respecto a la capacitación y perfeccionamiento del personal.
- Evaluar la información que le reporten las demás áreas, disponiendo las recomendaciones que resulten necesarias.
- Delegar facultades que estime necesaria para la mejor realización de actividades.
- Analiza ventas y formula criterios para incrementarlas, en coordinación con los distintos departamentos
- Supervisar permanentemente el cumplimiento de los objetivos y funciones de las demás áreas.

### **2.- ASESORÍA LEGAL**

- Asesora, en el ámbito de su competencia, a la Gerencia General, incluyendo los aspectos estatutarios y reglamentarios que rigen el funcionamiento del ente, y la elaboración de informes y otros documentos que se le solicite.
- Brindar servicios de consultoría y asesoramiento jurídicos (mediante opiniones verbales y escritas) a los órganos del ente, en relación con la normativa interna de la Organización (incluida la Carta y demás documentos que establecen los órganos de la Organización y rigen las relaciones entre los órganos de línea y su personal)

**3.- DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION**

- Bajo supervisión general dirige, coordina y supervisa las actividades administrativas de la empresa
- Controlar y supervisar todas las operaciones de carácter administrativo a su cargo, de manera que se desarrollen acorde a la programación establecida.
- Revisa la programación (pauta) de diarios a imprimir y distribuir.
- Realiza verificación de rutas o agentes donde se venderán los diarios.
- Supervisa que la distribución y despacho de periódicos se efectué de manera correcta a cada ruta establecida
- Supervisa las ventas, analizando ventas diarias, semanales, mensuales.
- Detectar posibles problemáticas en las áreas administrativas y proponer alternativas de solución.
- Velar por la aplicación del régimen ético y disciplinario del ente.
- Supervisar las funciones de compra y de los servicios generales, así como la realización de inventarios de los activos fijos de la empresa, y la compra de materia prima como las bobinas de papel, tinta, placas, trapo industrial, rafias entre otros.
- Llevar control del cumplimiento de los programas de pago de las obligaciones contraídas por la empresa.
- Coordinar las acciones concernientes al pago de personal.

**4.- DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD**

- Emite normas, diseña, organiza, implementa y controla, los procedimientos y metodología para el procesamiento de la información financiero contable, así como de los canales de información y coordinación contable.
- Establece la dinámica de registro contable de acuerdo a las necesidades de ejecución, garantizando la permanente actualización y mantenimiento de los registros propios del área contable.
- Programa, supervisa y controla las actividades de captación de datos, procesamiento, registro, análisis y contabilización de las transacciones financiero contables que se dan en la Empresa.

- Dirige, supervisa y controla el correcto y oportuno registro y posterior pago de las obligaciones de la Empresa en materia de tributaria, observando la normatividad legal pertinente.
- Planea, desarrolla y dirige el proceso de formulación de los Estados Financieros, cuidando que los mismos se adecuen a principios y normas generalmente aceptadas, suscribiendo oficialmente los que así correspondan; y, presentándolos a las instancias pertinentes en los plazos y fechas establecidas.
- Organiza, coordina y dirige la toma de inventarios físicos de bienes del activo fijo, así como la realización de arqueos y conciliaciones en coordinación con las jefaturas pertinentes.
- Supervisa y controla las operaciones contables que tienen su origen en Caja de la Empresa, verificando los aspectos administrativos y tributarios de la documentación después de su cancelación.
- Supervisa y verifica el oportuno y correcto ingreso de datos al sistema de información financiero contable, velando por que los resultados obtenidos cubran eficientemente los requerimientos de los organismos competentes.
- Proporciona información requerida por la Gerencia u otras áreas de la Empresa, en materia financiero contable, en forma, oportuna y confiable, a fin de dar cumplimiento a las obligaciones formales y sustanciales de la Empresa.
- Aplicar el control interno previo y concurrente sobre los devengamientos, gastos y desembolsos.
- Liquidación, declaración, pago de Impuestos mensuales y anuales
- Asegurar el funcionamiento de un correcto control interno financiero como parte del Sistema Contable.
- Colaborar con las demás áreas en lo referente al Control Contable.
- Cumplir y hacer cumplir con las disposiciones legales, las políticas y normas técnicas del control y especialmente para el sistema de contabilidad.

**5.- ÁREA DE CAJA**

- Efectúa el giro de cheques a proveedores de bienes y/o servicios adquiridos por la empresa, así como al propio personal por concepto de pagos de remuneraciones y/o beneficios.
- Realiza transferencias bancarias referidas al personal de la empresa para el correspondiente pago de remuneraciones, gratificaciones y otros que determine la Empresa.
- Recaba la documentación bancaria que sustenta los depósitos, abonos y cargos efectuados en las cuentas de la Empresa.
- Registra los ingresos recibidos en caja, los abonos y cargos bancarios, los cheques girados y demás movimientos de caja de la Empresa.
- Codifica, registra y envía al archivo los documentos bancarios que amparen el movimiento de caja.
- Supervisa el trámite de las facturas presentadas por los proveedores, así como de las diversas obligaciones contraídas por la empresa, verificando el pago oportuno.
- Administra en forma eficiente los flujos de efectivo a corto plazo y analiza la situación en cuanto a la posición bancaria, para su optimización.
- Realiza el Cierre de Caja

**6.- AREA DE LIQUIDACIONES-VENTAS**

- Realiza las liquidaciones de las guías de remisión en el sistema de los diarios enviados, efectuándolas por ruta y día.
- Verifica el ingreso por ventas, ya sea efectivo o depósito en cuenta corriente por parte de los agentes de venta.
- Reporta a La Administración las ventas en forma diaria, semanal y mensual.
- Efectúa estadística de ventas al sondeo, haciendo llamadas a agentes de ventas.
- Verifica las guías pendientes de liquidación y reporta para que se hagan las gestiones necesarias para su cobro

- Elabora e imprime las boletas de ventas según las liquidaciones diarias y las envía a departamento de Contabilidad.
- Ordena y archiva la documentación al cierre de mes.

## **7.- DEPARTAMENTO DE LOGISTICA-PAUTAS**

- Planificación y control de materiales para que se pueda cumplir con las exigencias de la producción.
- Programación de la producción, lo que significa realizar la pauta diaria(tiraje) a las rutas respectivas (Centro-Chiclayo, Piura, Tumbes)
- Recepción y expedición física del material que llega a la empresa (bobinas de papel en buen estado, tinta, placas) tanto de su identificación, preparación, como de su destino.
- Control y venta de desmedros, aquí son consideradas las devoluciones de periódicos por los agentes de venta.

## **8.- DEPARTAMENTO DE DESPACHO-DISTRIBUCION**

- Despacho y empaque de los periódicos.
- Verificar que los periódicos enviados este de acorde a la pauta realizada, incluyendo las promociones como lámina o álbumes
- Visita a agentes de ventas y verificación de devoluciones enviadas que estén de acorde con las reportadas en almacén

## **9.- DEPARTAMENTO DE PRODUCCION-MANTENIMIENTO**

- Según pauta reportada, imprimir tiraje de los diversos periódicos que se comercializan, con son El Men y La Razón.
- Reportar piezas o reemplazos para la rotativa, y las condiciones en que esta se encuentra.
- Velar por el mantenimiento de la rotativa, que esta funcione correctamente.
- Reportar posibles averías, o fallas en producción y proponer alternativas de solución.

**10.- DEPARTAMENTO DE ALMACEN-DEVOLUCIONES**

- Conteo de devoluciones físicas de periódicos por agente y por ruta, reportarla.
- Ingresar la Información al sistema de pautas
- Contrastar la información de las devoluciones físicas con las reportadas en guía de remisión.
- Llevar el control de inventario de materia prima como las bobinas de papel, tinta, placas, rafia, herramientas, etc.
- Llevar control de láminas y álbumes (promociones brindadas con el diario ya sea El Men y La Razón)
- Reportar a Logística el stock de materiales y materias primas

**11.- DEPARTAMENTO DE COBRANZAS**

- Cobranza de las liquidaciones diarias a los agentes de todas las rutas, según reporte entregado por Dep. de Liquidaciones-ventas
- Reportar deudas de agentes a departamento de liquidaciones-ventas
- Reportar cualquier inconsistencia encontrada en la visita a los agentes de venta.
- Tomar las medidas necesarias, en coordinación con la administración respecto a la cobranza a los agentes.

**12.- DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD**

- Fijar precios en la venta de publicidad de acorde al mercado y en coordinación con la Administración, teniendo en cuenta el tamaño del anuncio publicitario, color, ubicación en el diario, etc.
- Visita a empresas y venta de publicidad a través de anuncios publicitarios.
- Coordinar con municipalidades para la venta de edictos matrimoniales, y todo tipo de anuncios contenciosos y no contenciosos.
- Verificar que los anuncios publicitarios vendidos salgan publicados en las fechas acordadas y que los clientes cancelen o paguen el servicio.
- Reportar a la Administración la publicidad vendida día a día, semanal y mensualmente.

**13.- DEPARTAMENTO DE REPORTAJE.**

- Recopilación y redacción de las noticias día a día, ya seas noticias departamentales, nacionales e internacionales a través del staff de periodistas.
- Enviar noticias al departamento de Diseño para la selección y diseño según la estructura de periódico.
- Dar criterio para la noticia más impactante que debe colocarse en portadas de cada diario, contribuyendo así a incrementar ventas.
- Realizar publrreportajes según requiera el caso.
- Reportar a Gerencia el impacto del diario según noticias enviadas.

**14.- DEPARTAMENTO DE DISEÑO.**

- Diseña y estructura los periódicos, considerando la combinación de colores sean los más adecuados.
- Recomienda ubicación de noticias en el periódico para contribuir a elevar las ventas

**PROCESO PRODUCTIVO****- COMPRA DE MATERIA PRIMA**

El proceso productivo inicia con la compra de materia prima, es decir las bobinas de papel, tinta, placas, entre otras, que es coordinado por el departamento de Logística, Administración y Producción de acuerdo a los requerimientos y tiraje de impresión.



- **AGENTES DE VENTA Y GENERACION PAUTA**

Los Agentes de ventas son identificados en cada punto de venta (Piura, Tumbes, Trujillo, Chiclayo, Lambayeque, Ferreñafe, etc) función del departamento de Distribución, y de acuerdo a los requerimiento de los agentes, se realiza la pauta (en un sistema administrativo PAUTAS), que significa la cantidad de periódicos que se enviara a cada agente.

El reporte de pautas se envía a Producción.

- **PREPARACION DE ROTATIVA**

El personal de producción ubica 2 bobinas de papel, tinta (colores magenta, azul, amarillo y negra) necesaria y las placas en la Máquina de impresión, es decir calibran la rotativa

Se utilizan una placa por cada color.







#### **- IMPRESIÓN DE PERIODICOS**

Una vez calibrada la rotativa, se programa según pauta y se empieza la impresión.

La rotativa automáticamente hace conteo de las unidades que se van imprimiendo.





- **EMPAQUE DE PERIODICOS**

Según pauta reportada, se realiza el empaque de los periódicos por agente de venta, y separando los paquetes por ruta.



- **UNIDADES VENDIDAS E INGRESO DE INFORMACION A SISTEMA**

Los Agentes de ventas una vez vendido los periódicos del día, reportan a la empresas las cantidades vendidas en la copia de guía de remisión que retornan, siendo esta información ingresada al sistema administrativo de PAUTAS.

El sistema de PAUTAS nos da reportes de agentes pendientes de pago por día, por guía y por ruta

**3.2.- Generalidades de la metodología****3.2.1.- Misión del Sistema de Costos**

Reflejar los costos reales incurridos en la empresa Editora Eilat SAC

**3.2.2.- Objetivos del Sistema de Costos**

Brindar información real, clara y veraz sobre lo costos incurridos por la empresa para la toma de decisiones gerenciales

**3.2.3.- Funciones del Sistema de Costos**

- Estructurar los costos de la empresa según su actividad económica.
- Proporcionar información de costos reales incurridos
- Servir de base para la toma de decisiones en cuanto a la compra de materia prima, materiales, volumen y precios de venta.

**3.3.- FODA de la organización  
ANALISIS EXTERNO****Oportunidades:**

- El amplio mercado de lectores y la necesidad de información de estos.
- La necesidad de las empresas en contratar servicio de publicidad para incrementar ventas o servicios
- La velocidad de la tecnología para transmitirse la información, optimizando recursos y ganando rapidez.
- Crecimiento económico del país, por lo que los lectores cuentan con mayores recursos para adquirir los productos ofrecidos

**Amenazas**

- Las constantes variaciones de tipo de cambio, ya que la materia prima más importante como el papel y la tinta se compran en dólares
- El buen posicionamiento en el mercado de otras empresas de la misma actividad económica como el Comercio, La Industria, etc.
- Políticas hostiles del gobierno.
- Existencia de conflictos sociales.

## **ANALISIS INTERNO**

### **Fortalezas**

- Necesidad de informarse por parte de los lectores de las noticias de toda índoles ya sean regionales y nacionales.
- Brindar información exclusiva de la zona norte del Perú, que es donde es distribuido el periódico.
- Contar con profesionales de alto nivel ético y profesional
- Conocimiento, destreza en el manejo de herramientas tecnológicas (manejo de programas, software).
- Control de cobranzas sistematizado por ruta y agente.

### **Debilidades**

- Vulnerabilidad a presiones de competencia.
- Débil presencia de productos en el mercado.
- Falta de mayor organización administrativa.
- Falta más énfasis en la venta de publicidad

## **3.4.- Investigación de campo**

### **3.4.1.- Aplicación de Instrumentos de Investigación**

**VARIABLE 1: SISTEMA DE COSTOS**

**VARIABLE 2: COSTOS REALES EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACION DE DIARIOS**

Operacionalización de Variables							
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICION	DIMENSION	INDICADORES	MEDICIÓN
¿Cómo un sistema de costeo ayudaría a obtener costos reales en el proceso de producción y comercialización de diarios que sirva como herramienta para la toma de decisiones en la empresa Editora Eilat SAC?	<b>GENERAL:</b> Elaborar un sistema de costeo que permita determinar los costos reales en el proceso de producción y comercialización de diarios que sirva como herramienta para la toma de decisiones en la empresa Editora Eilat SAC.	<b>GENERAL</b> El diseño de un sistema de costeo permitirá determinar los costos reales en el proceso producción y comercialización de diarios en la Empresa Editora Eilat SAC.	<b>INDEPENDIENTE:</b> SISTEMAS DE COSTOS	Conjunto de métodos, técnicas y procedimientos que emplea una organización, para determinar los costos unitarios de producción , y el control de las operaciones ; con fines de información, que sirva de base en la toma de decisiones	-Métodos de costeo	- Costeo directo	Nominal
					- Técnicas de costeo		Abierta
					-Procedimientos	- Registro contable de costos en libros	Nominal
						- Costos en Proceso productivo	Abierta
					-Control de operaciones	-Eficiencia de los procesos de producción.	Nominal
						- Reportes estadísticos	Nominal
	<b>ESPECÍFICOS:</b> - Determinar la forma operativa de costeo que utiliza actualmente la empresa. - Analizar y determinar los elementos del costo que incurren en el proceso de producción y comercialización de diarios. - Determinar las políticas para el buen control de los elementos del costo. - Determinar la relación óptima entre costo-volumen-utilidad.	<b>ESPECIFICAS:</b> - Determinar la operatividad de costeo que utiliza la empresa permitirá identificar si ésta es la adecuada. - Identificar los elementos del costo permitirá analizar y determinar donde incurren estos en el proceso de producción y comercialización de diarios. - El control de los elementos del costo permitirá identificar aquellos que intervienen en el proceso de producción y comercialización de diarios. - El método costo-volumen-utilidad permitirá determinar el punto de equilibrio de las cantidad optimas a producir y vender.	<b>DEPENDIENTE :</b> COSTOS REALES DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DIARIOS PARA LA TOMA DE DECISIONES	Los costos reales son todos aquellos costos ya realizados, incurridos en el proceso de producción para la fabricación de un producto o prestación de un servicio.	- Costos reales	-Registros de control de costos	Nominal
						-Métodos de valuación de inventario	Nominal
					- Proceso productivo	-Materia Prima	Abierta
						-Mano de Obra	Nominal
					- Proceso de Distribución	-Costos Indirectos de Fabricación	
						- Costo transporte de diarios a agentes	Nominal
					- Toma de decisiones	- Devoluciones (desmedro)	Cardinal
						-Estado de costos de Producción	Nominal
						-Estado de Resultados	Nominal

Fuente: Los autores

CUADRO DE ÍNDICES	
INDICADORES	ALTERNATIVAS
<p>1. ¿La empresa tiene establecido sistema de costos para la producción y comercialización de diarios?</p> <p>Si la respuesta es Sí, mencione el sistema de costos utilizado</p>	<p>SI</p> <p>NO</p>
<p>2. ¿Conoce los elementos del costo para la producción de diarios?</p>	Pregunta abierta
<p>3. ¿Cree que la forma de control de materia prima es la adecuada?</p>	Pregunta abierta
<p>4. ¿La empresa cuenta con registros para el control de costos de la producción de diarios?</p> <p>Si la respuesta es Sí, enumere los nombres de los registros</p>	<p>Si</p> <p>NO</p>
<p>5. ¿Cuál es el método de control de inventario que utiliza la empresa?</p>	<p>a) PEPS</p> <p>b) Promedio</p> <p>c) Al Pormenorizado</p> <p>d) No tiene</p> <p>e) N/A</p>
<p>6. ¿La empresa cuenta con registros para el control de devoluciones en venta de diarios?</p> <p>Si la respuesta es Sí, enumere los nombres de los registros</p>	<p>Sí</p> <p>NO</p>
<p>7. ¿Cuál es el porcentaje de devoluciones aprox. en un día?</p>	<p>a) 0% - 10%</p> <p>b) 11%- 20%</p>



	c) 21% - 30% d) 31% - 40% e) 41% a más
8. ¿Cómo se determina el precio del producto?	Pregunta abierta
9. ¿Usted cree que se podrían optimizar el uso de los recursos?	Sí NO
10. ¿Se elabora el estado de costo de producción en la empresa?	Sí NO
11. ¿El estado de resultados es usado como una herramienta que sea útil para tomar decisiones?	Sí NO
12. ¿Cree usted que la aplicación de un sistema de costos es de vital importancia para la empresa?	Sí NO

**3.4.2.- Tabulación, presentación y análisis de datos****VARIABLE 1****X = SISTEMA DE COSTOS**

**Definición.**-Conjunto de métodos, técnicas y procedimientos que emplea una organización, para determinar los costos unitarios de producción, y el control de las operaciones; con fines de información, que sirva de base en la toma de decisiones

**Dimensiones.**-Métodos de costeo, técnicas de costeo, procedimientos, y control de operaciones.

**VARIABLE 2****Y = COSTOS REALES EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACION DE DIARIOS**

**Definición.**- Los costos reales son todos aquellos costos ya realizados, incurridos en el proceso de producción para la fabricación de un producto o prestación de un servicio.

**Dimensiones.**- Costos reales, proceso productivo, proceso de distribución, toma de decisiones.



## 1.- PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS AL PERSONAL QUE LABORA EN LA EMPRESA

### A.- Tabulación de los datos

**TABLA 01**  
**SISTEMA DE COSTOS**

INDICADORES	SI		NO		No responde		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
¿La empresa tiene establecido sistema de costos?			5	62.5	3	37.5	8	100

Un sistema de costos son un conjunto de métodos, técnicas y procedimientos que emplea una organización, para determinar los costos unitarios de producción, y el control de las operaciones; con fines de información, que sirva de base en la toma de decisiones.

El objetivo de un sistema de costos es acumular los costos de los productos o servicios. La información del costo es usada por los gerentes para establecer los precios del producto, controlar las operaciones, y desarrollar estados financieros.

Respecto a la pregunta si la empresa tiene un sistema de costos, de las 8 personas encuestadas, el 62.5% menciona que no existe un sistema de costos establecido y el 37.5% se abstuvo a responder.

De lo anterior se deduce que en la Empresa no existe un sistema de costos estructurado, basándonos en el 62.5% de los encuestados que lo manifestaron.

TABLA 02

## CONOCIMIENTO DE ELEMENTOS DE COSTO EN PRODUCCION DE DIARIOS

INDICADORES	SI		NO		No responde		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
¿Conoce los elementos del costo para la producción de diarios?	5	62.5	2	25	1	12.5	8	100

Los elementos del costo de producción (componentes del costo de producción) son los materiales, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación, estos son los componentes que suministran la información necesaria para la medición del ingreso y la fijación del precio del producto.

Respecto a la pregunta sobre el conocimiento de elementos de costos de producción, de las 8 personas encuestadas, el 62.5% menciona que si tiene conocimientos de los elementos el costo, el 25% no conoce, el 12.50 % se abstuvo a responder.

Del análisis se deduce que si existe conocimiento sobre los elementos del costo, según las respuestas del 62.50% de las personas encuestadas.

**TABLA 03**  
**FORMA DE CONTROL DE MATERIA PRIMA**

INDICADORES	SI		NO		NO RESPOND E		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
¿Cree que la forma de control de materia prima es la adecuada?	3	37.5	4	50	1	12.5	8	100

Respecto a que si la forma de control de materia prima es la adecuada, de las 8 personas encuestadas, el 37.5% manifestó que sí hay control de materia prima, 50% manifestó que no hay control, y el 12.50 % no responde.

Del análisis se deduce que no hay control de materia prima, según el 50% de los encuestados.

**TABLA 04**  
**REGISTROS PARA CONTROL DE COSTOS DE PRODUCCION**

INDICADORES	SI		NO		No responde		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
¿La empresa cuenta con registros para el control de costos de la producción de diarios?	2	25	5	62.5	1	12.5	8	100

El Control es uno de los pilares en que se fundamenta la administración. Un

concepto simple de lo que significa el control sería el de la “medición de resultados actuales y pasados, en relación con los esperados, ya sea total o parcialmente, con el fin de corregir, mejorar y formular nuevos planes”.

Respecto a los registros para control de costos, de las 8 personas encuestadas, el 25% contestaron que sí hay control de costos, el 62.5% menciona que no hay registros, y el 12.5% se abstuvo de responder

Del análisis se deduce que no hay registros para el control de costos, basado en el 62.5% de las personas encuestadas.

**TABLA 05**  
**METODO DE CONTROL DE INVENTARIO**

INDICADORES	PEPS		PROMEDIO		AL PORMENO RIZADO		N/A		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
¿Cuál es el método de control de inventario que utiliza la empresa?	4	50					4	50	8	100

Respecto a los métodos para control de inventario, de las 8 personas encuestadas, el 50% respondió que el método PEPS es el utilizado para control de inventario, mientras que el 50 % mencionan no tiene conocimiento sobre dicha pregunta.

Del análisis se deduce que existe necesidad de establecer un método de control de inventario, para llevar un control de materia prima utilizada en producción.

**TABLA 06**

## REGISTROS PARA CONTROL DE DEVOLUCIONES

INDICADORES	SI		NO		No responde		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
¿La empresa cuenta con registros para el control de devoluciones en venta de diarios?	5	62.5	3	37.5			8	100

Respecto a los registros para control de devoluciones físicas, de las 8 personas encuestadas, el 62.5% contestaron que sí hay registros, el 37.5% menciona que no hay.

Del análisis se deduce que si hay registros para el control de devoluciones, basado en el 62.5% de las personas encuestadas.

TABLA 07

## PORCENTAJE DE DEVOLUCIONES FISICAS

INDICADORES	0%-10%		11%-20%		21%-30%		31%-40%		41% a más		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
¿Cuál es el porcentaje de devoluciones aprox. en un día?			2	25			5	62.5	1	12.5	8	100

Respecto al porcentaje de devoluciones físicas, de las 8 personas encuestadas, el 25% contestaron que el porcentaje de devoluciones físicas esta entre 11%-20%, el 62.5% respondieron en el rango entre el 31%-40% y para 12.5% contestaron que es de 41% a más.

Del análisis se deduce que existen un considerable porcentaje de devoluciones

físicas de diarios, lo que se debe tener en cuenta para la determinación de costos unitarios, basándonos en el 62.5% de las personas encuestadas.

**TABLA 08**  
**PRECIO DEL PRODUCTO**

INDICADORES	PRECIO DE MERCADO		No responde		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
<b>¿Cómo se determina el precio del producto?</b>	<b>3</b>	<b>37.5</b>	<b>5</b>	<b>62.5</b>	<b>8</b>	<b>100</b>

El precio de mercado es el precio que alcanza un bien en función de su oferta y demanda.

Respecto a la determinación del precio del producto, de las 8 personas encuestadas, el 37.5% contestaron que el precio se ha determinado de acorde al mercado y el 62.5% se abstuvieron a responder.

Del análisis se deduce que el precio de producto está determinado por el precio de mercado o el precio fijado por sus competidores, con lo cual no se puede analizar si se está siendo competitivo a nivel de precios

**TABLA 09**

## OPTIMIZACION DEL USO DE LOS RECURSOS

INDICADORES	SI		NO		No responde		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
¿Usted cree que se podrían optimizar el uso de los recursos?	5	62.5	3	37.5			8	100

Respecto a la pregunta sobre la optimización del uso de los recursos, de las 8 personas encuestadas, el 62.5% contestaron que sí se podrían optimizar los recursos, el 37.5% mencionaron que no.

Del análisis se deduce que hay procesos en los cuales se pueden mejorar el control de los costos, basándonos en el 62.5% de las personas encuestadas.

TABLA 10

## ELABORACION DEL ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCION

INDICADORES	SI		NO		No responde		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
¿Se elabora el estado de costo de producción en la empresa?			4	50	4	50	8	100

El Estado de Costos de Producción es el estado que muestra la integración y cuantificación de la materia prima, mano de obra y gastos indirectos que nos ayuda a valorar la producción terminada y transformada para conocer el costo de su fabricación.

Respecto a la pregunta sobre si se elabora el estado de costos de producción, de

las 8 personas encuestadas, el 50% contestaron que no se elabora, el 50%se abstuvieron a responder.

Del análisis se deduce que no se elabora el estado de costos de producción, basándonos en el 62.5% de las personas encuestadas.

TABLA 11

## EL ESTADO DE RESULTADOS COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN

INDICADORES	SI		NO		No responde		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
¿El estado de resultados es usado como una herramienta que sea útil para tomar decisiones?	1	12.5	3	37.5	4	50	8	100

El estado de resultados, es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

Respecto a la pregunta sobre el uso del estado de resultados como herramienta para la toma de decisiones, de las 8 personas encuestadas, el 12.5% contestaron que sí se utiliza como herramienta para toma de decisiones, el 37.5%contesto que no, y el 50%se abstuvo a responder.

Del análisis se deduce que no se utiliza el estado de resultados como una herramienta de gestión para toma de decisiones, es decir solo se elabora para presentación a Sunat y cumplimiento de obligaciones tributarias, basándonos en el 87.5% de las personas encuestadas.

TABLA 12



## IMPORTANCIA DE UN SISTEMA DE COSTOS

INDICADORES	SI		NO		No responde		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
¿Cree usted que la aplicación de un sistema de costos es de vital importancia para la empresa?	8	100					8	100

Respecto a la pregunta sobre la importancia de la aplicación de un sistema de costos, de las 8 personas encuestadas, el 100% contestaron que sí es vital la aplicación de un sistema de costos en la empresa.

Del análisis se deduce que existe necesidad de estructurar un sistema de costos, pues proporciona información importante a la Gerencia para toma de decisiones sobre eficiencia, eficacia y competitividad, basándonos en el 100% de las personas encuestadas.

## **CAPITULO IV**

### **4.1.-NOMBRE DE LA PROPUESTA**

Elaboración de un sistema de costos para la empresa Editora Eilat SAC.

### **4.2.-OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

- ✓ Estructurar un sistema de costos que esté acorde a la actividad empresarial, brindando seguridad de información a la Gerencia para la toma de decisiones.
- ✓ Tener un mayor control y planeación de las operaciones, recursos y actividades de la empresa.
- ✓ Promover el logro de objetivos de la organización de manera eficiente y eficaz

### **4.3.- DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

Actualmente, desde cualquier punto de vista, la información es el activo más importante en toda empresa, ya que es la base para la toma de decisiones gerenciales.

Con información veraz, confiable, completa y oportuna se elaboran estrategias y procedimientos para proyectos de mejora continua.

El proceso de toma de decisiones en la empresa, se encuentra directamente relacionados con los datos suministrados por la contabilidad de costos, la cual permite establecer el resultado de las operaciones en términos de unidades fabricadas y determinar los parámetros de funcionamiento a través de la utilización de recursos exigidos

Nuestra investigación tiene como objetivo elaborar un sistema de costeo que permita determinar los costos reales en el proceso de producción y comercialización de diarios que sirva como herramienta para la toma de decisiones en la empresa Editora Eilat SAC.

## **SISTEMA DE COSTOS PARA LA EMPRESA EDITORA** **EILAT SAC**

Para elaborar un sistema de costos, comenzaremos por identificar qué sistema de costos es el más adecuado de acorde con la actividad económica de la empresa Editora Eilat SAC.

Teniendo en cuenta que la actividad principal de la empresa Editora Eilat SAC es la producción y comercialización de diarios, el sistema de costos más adecuado es el SISTEMA DE COSTEO DIRECTO O VARIABLE, ya que permite establecer la diferencia entre costos fijos y variables

#### **4.3.1. POLITICAS PARA CONTROL DE ELEMENTOS DEL COSTO**

4.3.1.1 Cada compra de materia prima debe estar sustentada con un comprobante de pago y además con un registro de ingreso (Código) de almacén (Nota de Entrada de Almacén).

A continuación descripción de formatos a utilizar en diversas áreas:

##### **FOMATO 01: ORDEN DE COMPRA**

Una orden de compra es una solicitud escrita a un proveedor, por determinados artículos a un precio convenido.

Contendrá la siguiente información:

- ✓ Nombre impreso y dirección de la compañía que hace el pedido
- ✓ Número de orden de compra
- ✓ Nombre del proveedor
- ✓ Fecha del pedido y fecha de entrega requerida
- ✓ Términos de entrega y de pago
- ✓ Cantidad de artículos solicitados
- ✓ Descripción
- ✓ Precio unitario y total
- ✓ Firma autorizada

**FOMATO 02: NOTA DE ENTRADA DE ALMACEN**

Útil para recepcionar materia prima como bobinas de papel, tinta, suministros de producción, etc.

Contendrá la siguiente información:

- ✓ Numero de nota de entrada
- ✓ Recibido de.....
- ✓ Con destino a .....
- ✓ Fecha de entrada
- ✓ Nombre de proveedor
- ✓ N° de orden de compra.
- ✓ N° de guía
- ✓ Condición de entrega
- ✓ Cantidad, unidad de medida, peso.
- ✓ Observaciones
- ✓ Anotado en Kardex
- ✓ Firmas de personas autorizadas

4.3.1.2. Uso de formatos para control de producción y distribución (Formato 03 y 04)

**FORMATO 03: REPORTE DE PRODUCCION Y DISTRIBUCIÓN POR RUTA Y AGENTE**

Se detallan las unidades de periódicos a producir (pauta) por ruta y agente, previo análisis estadístico de devoluciones físicas histórico y firmado por el responsable de Pautas.

Contendrá la siguiente información:

- ✓ Número, ruta y nombre de agente de venta
- ✓ Cantidad de periódicos a producir y distribuir por agente.
- ✓ Columna vacía para llenarse la cantidad de periódicos devueltos por agente

- ✓ N° de copias: 03 copias (control administrativo, pautas, devoluciones)
- ✓ Firma de responsable

**FOMATO 04: HOJA DE PRODUCCIÓN**

Se debe anotar de forma diaria el consumo de materia prima (bobinas de papel, placas, tinta, etc.), además de otra información como horarios de trabajo, cantidad de operarios, desmedro de producción, etc.

Contendrá la siguiente información:

- ✓ Fecha de producción
- ✓ Hora de inicio de producción, hora final de producción.
- ✓ Materia prima (Papel, tinta, placas, solución, etc.)(cantidad, unidad de medida)
- ✓ N° de operarios, nombres, horas trabajadas.
- ✓ Unidades de periódicos producidos por marca (El Men, La Razón, El Chino, Todo Sport)
- ✓ Cantidad de periódicos de desmedro por calibración de rotativa, cantidad de placas quemadas.
- ✓ Firmas de personas autorizadas

**4.3.1.3. Uso del Kardex físico de almacén (Bin Card) por producto.****FOMATO 05: KARDEX FÍSICO DE ALMACÉN (BIN CARD)**

Se deben registrar de manera diaria, según la HOJA DE PRODUCCION, el consumo de materia prima, para informar al área de logística cuándo se debe enviar la nueva Orden de compra, para que se suministre nuevamente de materia prima.

Contendrá la siguiente información:

- ✓ Nombre de Documento
- ✓ Nombre de producto
- ✓ Numero de Documento
- ✓ Fecha

- ✓ Ingreso / N° de guía de remisión / Código de producto
- ✓ Salida / N° de orden de salida / Código de producto
- ✓ Saldo

4.3.1.4. Determinación del costo unitario través del Sistema de Costeo Método Directo.

#### **4.3.2.- PROPUESTA**

Para efectos de nuestra investigación hemos tomado como base un mes completo de producción y distribución de la empresa Editora Eilat SAC.

El mes de trabajo será el mes de Agosto 2015.

A continuación se detalla el Reporte de Producción y distribución por ruta y agente consolidado del mes de agosto 2015.

En nuestra investigación el término PAUTA significa la cantidad de unidades de periódicos a producir.

#### **DETALLE DE CLASIFICACIÓN DE COSTOS**

Para analizar los costos de producción y comercialización a través del MÉTODO DIRECTO, haremos un resumen de los elementos del costo separándolos por materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, teniendo en cuenta bases de asignación, según la siguiente estructura en clasificación de costos:

#### **COSTOS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION:**

- MATERIA PRIMA (DIRECTA-INDIRECTA)
- MANO DE OBRA (DIRECTA-INDIRECTA)
- COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION (DIRECTA-INDIRECTA)

#### **COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

- MATERIA PRIMA FIJA - VARIABLE
- MANO DE OBRA FIJA - VARIABLE
- COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION VARIABLES FIJOS-VARIABLES

# EDITORIA EILAT SAC

## REPORTE DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN POR RUTA Y AGENTE

N°			del 01 al
		FECHA:	31/08/2015

N°	AGENTE	EL MEN		LA RAZÓN		EL CHINO		TODO SPORT	
		UNID.	DEVOL.	UNI.	DEVOL.	UNID.	DEVOL.	UNID.	DEVOL..
1	A1	6,200		6,540		5,870		3,080	
2	A2	23,850		22,400		24,070		11,400	
3	A3	7,950		6,770		5,550		3,700	
4	A4	22,240		17,750		12,490		7,600	
5	A5	8,380		8,930		4,130		2,150	
6	A6	0		0		0		0	
7	A7	0		0		0		0	
8	A8	2,080		4,080		2,380		930	
9	A9	16,100		10,750		6,180		2,490	
10	A10	8,790		7,650		6,720		3,980	
Ruta 1		95,590	0	84,870	0	67,390	0	35,330	0
11	B1	9,980		11,950		5,990		5,200	
12	B2	5,010		7,550		3,660		3,900	
13	B3	11,830		11,990		8,520		3,700	
14	B4	10,500		10,120		8,490		4,020	
15	B5	5,370		3,900		3,700		1,540	
16	B6	21,060		13,880		14,860		9,130	
17	B7	19,890		12,940		12,040		6,750	
18	B8	19,000		12,260		14,960		8,300	
19	B9	4,210		3,090		4,770		2,150	
20	B10	3,960		4,630		3,720		1,540	
21	B11	620		465		620		310	
Ruta 2		111,430	0	92,775	0	81,330	0	46,540	0
22	C1	13,100		12,930		10,720		7,700	
23	C2	13,110		10,550		10,800		7,740	
24	C3	4,870		3,580		3,110		2,150	
25	C4	13,240		9,120		7,720		3,380	
26	C5	12,770		12,980		8,620		6,140	
27	C6	2,500		1,590		2,170		1,540	
28	C7	2,630		2,160		2,550		1,540	
29	C8	12,060		10,400		9,880		7,360	
Ruta 3		74,280	0	63,310	0	55,570	0	37,550	0
30	D1	14,110		9,840		10,030		4,620	
31	D2	10,080		7,650		7,720		3,760	

32	D3	720		585		620		310	
33	D4	3,790		2,050		2,030		1,570	
34	D5	8,380		6,440		6,120		1,540	
35	D6	2,430		1,600		2,200		945	
36	D7	2,340		1,780		1,980		945	
37	D8	9,360		5,170		7,030		1,540	
<b>Ruta 4</b>		<b>51,210</b>	<b>0</b>	<b>35,115</b>	<b>0</b>	<b>37,730</b>	<b>0</b>	<b>15,230</b>	<b>0</b>
38	E1	16,690		11,100		10,850		4,660	
39	E2	19,900		14,900		13,820		7,400	
40	E3	29,570		19,600		16,930		6,210	
41	E4	9,790		7,730		7,140		3,120	
42	E5	10,740		9,310		9,420		3,120	
43	E6	10,230		9,180		6,770		3,700	
44	E7	10,110		7,320		6,350		3,660	
45	E8	22,340		16,570		14,570		8,300	
<b>Ruta 5</b>		<b>129,370</b>	<b>0</b>	<b>95,710</b>	<b>0</b>	<b>85,850</b>	<b>0</b>	<b>40,170</b>	<b>0</b>
46	F1	14,590		12,880		9,790		6,170	
47	F2	14,520		15,200		10,550		7,580	
48	F3	14,590		16,580		10,550		6,150	
49	F4	20,710		18,550		14,000		7,700	
50	F5	9,500		9,150		6,760		4,660	
51	F6	1,980		4,360		2,590		2,110	
52	F7	1,290		3,010		1,230		1,230	
53	F8	4,100		5,460		3,010		2,150	
54	F9	2,180		3,990		2,170		2,150	
<b>Ruta 6</b>		<b>83,460</b>	<b>0</b>	<b>89,180</b>	<b>0</b>	<b>60,650</b>	<b>0</b>	<b>39,900</b>	<b>0</b>
55	G1	13,150		8,570		9,340		2,510	
56	G2	13,100		9,560		9,340		2,460	
57	G3	7,650		5,460		4,600		1,540	
58	G4	2,610		2,300		1,920		660	
59	G5	3,780		2,480		2,230		960	
60	G6	7,050		4,900		5,070		2,750	
61	G7	3,180		2,970		1,870		925	
62	G8	3,280		3,030		2,290		1,250	
63	G9	3,110		2,960		1,710		925	
64	G10	5,350		4,630		4,650		2,460	
65	G11	8,970		8,520		6,480		3,080	
66	G12	12,660		14,150		10,160		3,080	
<b>Ruta 7</b>		<b>83,890</b>	<b>0</b>	<b>69,530</b>	<b>0</b>	<b>59,660</b>	<b>0</b>	<b>22,600</b>	<b>0</b>
67	H1	10,280		7,730		7,810		3,650	
68	H2	12,120		6,800		7,170		3,080	
69	H3	15,710		9,880		9,420		5,220	



70	H4	14,370		8,890		9,230		5,220	
71	H5	29,350		16,450		18,330		10,780	
72	H6	7,150		3,900		3,640		1,540	
73	H7	11,250		9,900		7,640		4,640	
74	H8	10,200		8,440		6,880		3,080	
75	H9	6,340		3,150		3,700		2,470	
Ruta 8		116,770	0	75,140	0	73,820	0	39,680	0
TOTAL		746,000	0	605,630	0	522,000	0	277,000	0

## EDITORA EILAT SAC

## CONSUMO DE PAPEL BOBINA - AGOSTO 2015

FECHA	PAUTA (UNIDADES DE PERIODICOS)				TOTAL PAUTA	N° BOBINA CONSUMIDA	PESO (KG)	COSTO DIARIO DE PAPEL BOBINA	COSTO PAPEL BOBINA POR MARCA (S/.)			
	TODO SPORT	EL CHINO	EL MEN	LA RAZON					TODO SPORT	EL CHINO	EL MEN	LA RAZON
01/08/2015	9,000	18,000	22,000	20,000	69,000	8.30	2,790	S/. 6,798.72	886.79	1,773.58	2,167.71	1,970.64
02/08/2015	9,000	17,000	21,000	19,000	66,000	7.94	2,669	S/. 6,503.12	886.79	1,675.05	2,069.17	1,872.11
03/08/2015	9,000	18,000	28,000	20,000	75,000	9.02	3,033	S/. 7,389.91	886.79	1,773.58	2,758.90	1,970.64
04/08/2015	9,000	18,000	28,000	20,000	75,000	9.02	3,033	S/. 7,389.91	886.79	1,773.58	2,758.90	1,970.64
05/08/2015	7,000	16,000	25,000	18,000	66,000	7.94	2,669	S/. 6,503.12	689.72	1,576.51	2,463.30	1,773.58
06/08/2015	9,000	17,000	26,000	20,000	72,000	8.66	2,911	S/. 7,094.31	886.79	1,675.05	2,561.84	1,970.64
07/08/2015	9,000	17,000	26,000	20,000	72,000	8.66	2,911	S/. 7,094.31	886.79	1,675.05	2,561.84	1,970.64
08/08/2015	9,000	17,000	26,000	20,000	72,000	8.66	2,911	S/. 7,094.31	886.79	1,675.05	2,561.84	1,970.64
09/08/2015	9,000	16,000	25,000	19,000	69,000	8.30	2,790	S/. 6,798.72	886.79	1,576.51	2,463.30	1,872.11
10/08/2015	9,000	17,000	25,000	20,000	71,000	8.54	2,871	S/. 6,995.78	886.79	1,675.05	2,463.30	1,970.64
11/08/2015	9,000	17,000	25,000	20,000	71,000	8.54	2,871	S/. 6,995.78	886.79	1,675.05	2,463.30	1,970.64
12/08/2015	9,000	17,000	25,000	20,000	71,000	8.54	2,871	S/. 6,995.78	886.79	1,675.05	2,463.30	1,970.64
13/08/2015	9,000	17,000	25,000	20,000	71,000	8.54	2,871	S/. 6,995.78	886.79	1,675.05	2,463.30	1,970.64
14/08/2015	9,000	17,000	25,000	20,000	71,000	8.54	2,871	S/. 6,995.78	886.79	1,675.05	2,463.30	1,970.64
15/08/2015	9,000	17,000	25,000	20,000	71,000	8.54	2,871	S/. 6,995.78	886.79	1,675.05	2,463.30	1,970.64
16/08/2015	9,000	16,000	24,000	19,000	68,000	8.18	2,750	S/. 6,700.18	886.79	1,576.51	2,364.77	1,872.11
17/08/2015	9,000	17,000	24,000	20,000	70,000	8.42	2,831	S/. 6,897.25	886.79	1,675.05	2,364.77	1,970.64
18/08/2015	9,000	17,000	24,000	20,000	70,000	8.42	2,831	S/. 6,897.25	886.79	1,675.05	2,364.77	1,970.64
19/08/2015	9,000	17,000	24,000	20,000	70,000	8.42	2,831	S/. 6,897.25	886.79	1,675.05	2,364.77	1,970.64
20/08/2015	9,000	17,000	22,000	20,000	68,000	8.18	2,750	S/. 6,700.18	886.79	1,675.05	2,167.71	1,970.64
21/08/2015	9,000	17,000	23,000	20,000	69,000	8.30	2,790	S/. 6,798.72	886.79	1,675.05	2,266.24	1,970.64
22/08/2015	9,000	17,000	23,000	20,000	69,000	8.30	2,790	S/. 6,798.72	886.79	1,675.05	2,266.24	1,970.64

23/08/2015	9,000	16,000	22,000	19,000	66,000	7.94	2,669	S/. 6,503.12	886.79	1,576.51	2,167.71	1,872.11
24/08/2015	9,000	17,000	23,000	20,000	69,000	8.30	2,790	S/. 6,798.72	886.79	1,675.05	2,266.24	1,970.64
25/08/2015	9,000	17,000	23,000	20,000	69,000	8.30	2,790	S/. 6,798.72	886.79	1,675.05	2,266.24	1,970.64
26/08/2015	9,000	17,000	23,000	19,000	68,000	8.18	2,750	S/. 6,700.18	886.79	1,675.05	2,266.24	1,872.11
27/08/2015	9,000	17,000	23,000	19,000	68,000	8.18	2,750	S/. 6,700.18	886.79	1,675.05	2,266.24	1,872.11
28/08/2015	9,000	17,000	23,000	17,630	66,630	8.02	2,694	S/. 6,565.20	886.79	1,675.05	2,266.24	1,737.12
29/08/2015	9,000	16,000	23,000	19,000	67,000	8.06	2,709	S/. 6,601.65	886.79	1,576.51	2,266.24	1,872.11
30/08/2015	9,000	15,000	22,000	18,000	64,000	7.70	2,588	S/. 6,306.06	886.79	1,477.98	2,167.71	1,773.58
31/08/2015	9,000	16,000	23,000	19,000	67,000	8.06	2,709	S/. 6,601.65	886.79	1,576.51	2,266.24	1,872.11
<b>TOTALES</b>	<b>277,000</b>	<b>522,000</b>	<b>746,000</b>	<b>605,630</b>	<b>2,150,630</b>	<b>258.72</b>	<b>86,963.07</b>	<b>S/. 211,906.15</b>	<b>27,293.40</b>	<b>51,433.77</b>	<b>73,504.97</b>	<b>59,674.01</b>

DETERMINACION DE COSTO DE PAPEL BOBINA EN KILOGRAMOS			T.C.	3.305
PESO X BOBINA(KG)	COSTO PAPEL X KG (\$)	COSTO PAPEL X KG (S/.)	COSTO PAPEL X BOBINA(S/.)	
336.125 Kg	\$0.74	S/. 2.44	819.05	

COSTO POR PERIODICO DE PAPEL BOBINA			
PERIODICO	PAUTA MENSUAL	COSTO MENSUAL	COSTO X UNIDAD
TODO SPORT	277,000	27,293.40	0.098532129
EL CHINO	522,000	51,433.77	0.098532129
EL MEN	746,000	73,504.97	0.098532129
LA RAZON	605,630	59,674.01	0.098532129

## CONSUMO DE TINTA - AGOSTO 2015

FECHA	PAUTA (UNIDADES DE PERIODICOS)				TOTAL PAUTA	TINTA CONSUMIDA (KG)				COSTO X DIA DE TINTA (\$/.)		COSTO TOTAL DE TINTA	COSTO TINTA POR MARCA (\$/.)			
	TODO SPORT	EL CHINO	EL MEN	LA RAZON		NEGRA	MAGENTA	AZUL	AMARILLO	NEGRO	COLOR		TODO SPORT	EL CHINO	EL MEN	LA RAZON
01/08/2015	9,000	18,000	22,000	20,000	69,000	47.59	16.83	13.27	16.83	330.27	604.88	935.15	121.98	243.95	298.16	271.06
02/08/2015	9,000	17,000	21,000	19,000	66,000	45.52	16.10	12.69	16.10	315.91	578.58	894.49	121.98	230.40	284.61	257.50
03/08/2015	9,000	18,000	28,000	20,000	75,000	51.72	18.29	14.42	18.29	358.99	657.47	1016.46	121.98	243.95	379.48	271.06
04/08/2015	9,000	18,000	28,000	20,000	75,000	51.72	18.29	14.42	18.29	358.99	657.47	1016.46	121.98	243.95	379.48	271.06
05/08/2015	7,000	16,000	25,000	18,000	66,000	45.52	16.10	12.69	16.10	315.91	578.58	894.49	94.87	216.85	338.82	243.95
06/08/2015	9,000	17,000	26,000	20,000	72,000	49.66	17.56	13.85	17.56	344.63	631.17	975.81	121.98	230.40	352.37	271.06
07/08/2015	9,000	17,000	26,000	20,000	72,000	49.66	17.56	13.85	17.56	344.63	631.17	975.81	121.98	230.40	352.37	271.06
08/08/2015	9,000	17,000	26,000	20,000	72,000	49.66	17.56	13.85	17.56	344.63	631.17	975.81	121.98	230.40	352.37	271.06
09/08/2015	9,000	16,000	25,000	19,000	69,000	47.59	16.83	13.27	16.83	330.27	604.88	935.15	121.98	216.85	338.82	257.50
10/08/2015	9,000	17,000	25,000	20,000	71,000	48.97	17.32	13.65	17.32	339.85	622.41	962.25	121.98	230.40	338.82	271.06
11/08/2015	9,000	17,000	25,000	20,000	71,000	48.97	17.32	13.65	17.32	339.85	622.41	962.25	121.98	230.40	338.82	271.06
12/08/2015	9,000	17,000	25,000	20,000	71,000	48.97	17.32	13.65	17.32	339.85	622.41	962.25	121.98	230.40	338.82	271.06
13/08/2015	9,000	17,000	25,000	20,000	71,000	48.97	17.32	13.65	17.32	339.85	622.41	962.25	121.98	230.40	338.82	271.06
14/08/2015	9,000	17,000	25,000	20,000	71,000	48.97	17.32	13.65	17.32	339.85	622.41	962.25	121.98	230.40	338.82	271.06
15/08/2015	9,000	17,000	25,000	20,000	71,000	48.97	17.32	13.65	17.32	339.85	622.41	962.25	121.98	230.40	338.82	271.06
16/08/2015	9,000	16,000	24,000	19,000	68,000	46.90	16.59	13.08	16.59	325.49	596.11	921.59	121.98	216.85	325.27	257.50
17/08/2015	9,000	17,000	24,000	20,000	70,000	48.28	17.07	13.46	17.07	335.06	613.64	948.70	121.98	230.40	325.27	271.06
18/08/2015	9,000	17,000	24,000	20,000	70,000	48.28	17.07	13.46	17.07	335.06	613.64	948.70	121.98	230.40	325.27	271.06
19/08/2015	9,000	17,000	24,000	20,000	70,000	48.28	17.07	13.46	17.07	335.06	613.64	948.70	121.98	230.40	325.27	271.06
20/08/2015	9,000	17,000	22,000	20,000	68,000	46.90	16.59	13.08	16.59	325.49	596.11	921.59	121.98	230.40	298.16	271.06
21/08/2015	9,000	17,000	23,000	20,000	69,000	47.59	16.83	13.27	16.83	330.27	604.88	935.15	121.98	230.40	311.72	271.06
22/08/2015	9,000	17,000	23,000	20,000	69,000	47.59	16.83	13.27	16.83	330.27	604.88	935.15	121.98	230.40	311.72	271.06

23/08/2015	9,000	16,000	22,000	19,000	66,000	45.52	16.10	12.69	16.10	315.91	578.58	894.49	121.98	216.85	298.16	257.50
24/08/2015	9,000	17,000	23,000	20,000	69,000	47.59	16.83	13.27	16.83	330.27	604.88	935.15	121.98	230.40	311.72	271.06
25/08/2015	9,000	17,000	23,000	20,000	69,000	47.59	16.83	13.27	16.83	330.27	604.88	935.15	121.98	230.40	311.72	271.06
26/08/2015	9,000	17,000	23,000	19,000	68,000	46.90	16.59	13.08	16.59	325.49	596.11	921.59	121.98	230.40	311.72	257.50
27/08/2015	9,000	17,000	23,000	19,000	68,000	46.90	16.59	13.08	16.59	325.49	596.11	921.59	121.98	230.40	311.72	257.50
28/08/2015	9,000	17,000	23,000	17,630	66,630	45.95	16.25	12.81	16.25	318.93	584.10	903.03	121.98	230.40	311.72	238.94
29/08/2015	9,000	16,000	23,000	19,000	67,000	46.21	16.34	12.88	16.34	320.70	587.34	908.04	121.98	216.85	311.72	257.50
30/08/2015	9,000	15,000	22,000	18,000	64,000	44.14	15.61	12.31	15.61	306.34	561.04	867.38	121.98	203.29	298.16	243.95
31/08/2015	9,000	16,000	23,000	19,000	67,000	46.21	16.34	12.88	16.34	320.70	587.34	908.04	121.98	216.85	311.72	257.50
<b>TOTALES</b>	<b>277,000</b>	<b>522,000</b>	<b>746,000</b>	<b>605,630</b>	<b>2,150,630</b>	<b>1,483</b>	<b>524.54</b>	<b>413.58</b>	<b>524.54</b>	<b>10,294.10</b>	<b>18,853.09</b>	<b>29,147.19</b>	<b>3,754.14</b>	<b>7,074.59</b>	<b>10,110.44</b>	<b>8,208.02</b>

COSTO DE TINTA			T.C.	3.305
COLOR	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO X KG(\$)	COSTO X KG (\$/.)	
NEGRA	Kg	2.1	6.9405	
MAGENTA	Kg	3.9	12.8895	
AZUL	Kg	3.9	12.8895	
AMARILLO	Kg	3.9	12.8895	

DETERMINACION DE COSTO DE TINTA POR PERIODICO PRODUCIDO			
MARCA	PAUTA	COSTO TINTA MENSUAL	COSTO TINTA POR PERIODICO
EL MEN	746,000	10,110.44	0.01355
LA RAZON	605,630	8,208.02	0.01355
TODO SPORT	277,000	3,754.14	0.01355
EL CHINO	522,000	7,074.59	0.01355

<b>CONSUMO DE PLACAS - AGOSTO 2015</b>						
<b>MARCA</b>	<b>N° PLACAS POR DIA</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL POR DIA</b>	<b>TOTAL POR MES</b>	<b>PAUTA(UNID )POR MES</b>	<b>COSTO PERIODICO</b>
EL MEN	10	14.89	148.90	4,615.90	746,000	0.0062
LA RAZON	10	14.89	148.90	4,615.90	605,630	0.0076
TODO SPORT	10	14.89	148.90	4,615.90	277,000	0.0167
EL CHINO	10	14.89	148.90	4,615.90	522,000	0.0088
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>59.56</b>	<b>595.60</b>	<b>18,463.60</b>	<b>2,150,630</b>	

				<b>DISTRIBUCION DE SUMINISTROS POR MARCA DE PERIODICO</b>			
<b>SUMINISTROS DE PRODUCCION</b>	<b>CANTIDAD MENSUAL</b>	<b>COSTO UNIT.</b>	<b>TOTAL X MES</b>	<b>TODO SPORT</b>	<b>EL CHINO</b>	<b>EL MEN</b>	<b>LA RAZON</b>
GALONES DE SOLUCION TUBOQUINSA	5	49.00	245.00	31.56	59.47	84.98	68.99
CINTA DOBLE PEGA	3	53.00	159.00	20.48	38.59	55.15	44.78
<b>TOTALES</b>			<b>404.00</b>	<b>52.03</b>	<b>98.06</b>	<b>140.14</b>	<b>113.77</b>

<b>FACTOR DE ASIGNACION</b>		
<b>PERIODICO</b>	<b>PAUTA</b>	<b>FACTOR DE ASIGNACION</b>
<b>TODO SPORT</b>	277,000	12.88%
<b>EL CHINO</b>	522,000	24.27%
<b>EL MEN</b>	746,000	34.69%
<b>LA RAZON</b>	605,630	28.16%
<b>TOTALES</b>	2,150,630	100.00%

TIEMPO DE IMPRESIÓN POR PERIODICO SEGUN REPORTE DE PRODUCCION								
					TIEMPO DE IMPRESION(HORAS)			
FECHA	PAUTA AGOSTO 2015				ROTATIVA 1		ROTATIVA 2	
	EL MEN	TODO SPORT	LA RAZON	EL CHINO	EL MEN	TODO SPORT	LA RAZON	EL CHINO
01/08/2015	22,000	9,000	20,000	18,000	2.80	1.10	2.60	2.30
02/08/2015	21,000	9,000	19,000	17,000	2.70	1.15	2.40	2.10
03/08/2015	28,000	9,000	20,000	18,000	3.20	1.00	2.50	2.20
04/08/2015	28,000	9,000	20,000	18,000	3.30	1.10	2.60	2.10
05/08/2015	25,000	7,000	18,000	16,000	3.00	1.00	2.40	2.00
06/08/2015	26,000	9,000	20,000	17,000	3.10	1.20	2.50	2.40
07/08/2015	26,000	9,000	20,000	17,000	2.90	1.30	2.45	2.30
08/08/2015	26,000	9,000	20,000	17,000	3.00	1.40	2.43	2.20
09/08/2015	25,000	9,000	19,000	16,000	3.20	1.50	2.53	2.00
10/08/2015	25,000	9,000	20,000	17,000	3.00	1.30	2.57	2.15
11/08/2015	25,000	9,000	20,000	17,000	3.20	1.30	2.48	2.21
12/08/2015	25,000	9,000	20,000	17,000	3.10	1.20	2.42	2.26
13/08/2015	25,000	9,000	20,000	17,000	3.30	1.23	2.40	2.22
14/08/2015	25,000	9,000	20,000	17,000	3.32	1.24	2.38	2.30
15/08/2015	25,000	9,000	20,000	17,000	3.20	1.30	2.48	2.32
16/08/2015	24,000	9,000	19,000	16,000	3.21	1.25	2.62	2.12
17/08/2015	24,000	9,000	20,000	17,000	3.10	1.21	2.50	2.20
18/08/2015	24,000	9,000	20,000	17,000	3.00	1.15	2.49	2.22
19/08/2015	24,000	9,000	20,000	17,000	3.12	1.30	2.43	2.21
20/08/2015	22,000	9,000	20,000	17,000	3.10	1.20	2.39	2.23
21/08/2015	23,000	9,000	20,000	17,000	3.20	1.15	2.48	2.25
22/08/2015	23,000	9,000	20,000	17,000	3.00	1.10	2.60	2.30
23/08/2015	22,000	9,000	19,000	16,000	3.00	1.40	2.42	2.15
24/08/2015	23,000	9,000	20,000	17,000	3.10	1.20	2.68	2.20
25/08/2015	23,000	9,000	20,000	17,000	3.00	1.30	2.61	2.23
26/08/2015	23,000	9,000	19,000	17,000	3.20	1.25	2.62	2.24
27/08/2015	23,000	9,000	19,000	17,000	3.12	1.21	2.49	2.29
28/08/2015	23,000	9,000	17,630	17,000	3.50	1.00	2.50	2.20
29/08/2015	23,000	9,000	19,000	16,000	3.20	1.25	2.59	2.25
30/08/2015	22,000	9,000	18,000	15,000	3.00	1.24	2.60	2.30
31/08/2015	23,000	9,000	19,000	16,000	3.10	1.22	2.58	2.14
<b>TOTAL</b>	<b>746,000</b>	<b>277,000</b>	<b>605,630</b>	<b>522,000</b>	<b>96.27</b>	<b>37.75</b>	<b>77.74</b>	<b>68.59</b>

**MANO DE OBRA VARIABLE**

<b>EN PRODUCCION</b>				<b>DISTRIBUCION MANO DE OBRA POR MARCA DE PERIODICO</b>			
<b>MARCA DE PERIODICO</b>	<b>AREA</b>	<b>CARGO</b>	<b>REMUNERACION</b>	<b>TODO SPORT</b>	<b>EL CHINO</b>	<b>EL MEN</b>	<b>LA RAZON</b>
TODOS	PRODUCCION	Primer Maquinista	2,500.00	336.63	611.67	858.47	693.23
TODOS	PRODUCCION	Segundo Maquinista	1,175.00	158.22	287.48	403.48	325.82
TODOS	PRODUCCION	Tercer Maquinista	2,000.00	269.30	489.33	686.78	554.59
TODOS	PRODUCCION	Cuarto Maquinista	1,300.00	175.05	318.07	446.41	360.48
TODOS	PRODUCCION	Auxiliar de Maquina Rotativa	1,200.00	161.58	293.60	412.07	332.75
TODOS	PRODUCCION	Auxiliar de Boca	900.00	121.19	220.20	309.05	249.56
TODOS	PRODUC./MANTENIMIENTO	Electricista	1,750.00	235.64	428.17	600.93	485.26
TODOS	PRODUC./MANTENIMIENTO	Mecánico	2,200.00	296.23	538.27	755.45	610.05
<b>SUB TOTAL</b>			<b>13,025.00</b>	<b>1,753.84</b>	<b>3,186.78</b>	<b>4,472.64</b>	<b>3,611.74</b>

<b>EN DISTRIBUCION</b>				<b>DISTRIBUCION MANO DE OBRA POR MARCA DE PERIODICO</b>			
<b>MARCA DE PERIODICO</b>	<b>AREA</b>	<b>CARGO</b>	<b>REMUNERACION</b>	<b>TODO SPORT</b>	<b>EL CHINO</b>	<b>EL MEN</b>	<b>LA RAZON</b>
TODOS	DISTRIBUCION	Jefe de Distribución	1,500.00	201.98	367.00	515.08	415.94
TODOS	DISTRIBUCION	Conteo	1,000.00	134.65	244.67	343.39	277.29
TODOS	DISTRIBUCION	Despacho 1	1,000.00	134.65	244.67	343.39	277.29
TODOS	DISTRIBUCION	Ayudante de Despacho	900.00	121.19	220.20	309.05	249.56
TODOS	DISTRIBUCION	Despacho 2	900.00	121.19	220.20	309.05	249.56
TODOS	DEVOLUCION	Jefe de Devoluciones	2,800.00	377.02	685.07	961.49	776.42



TODOS	DEVOLUCION	Conteo de Laminas/ Encarte	1,000.00	134.65	244.67	343.39	277.29
<b>SUB TOTAL</b>			<b>9,100.00</b>	<b>1,225.33</b>	<b>2,226.47</b>	<b>3,124.84</b>	<b>2,523.37</b>

## **MANO DE OBRA FIJA**

### **MANO DE OBRA FIJA DE PRODUCCION**

MARCA DE PERIODICO	AREA	CARGO	REMUNERACION	TODO SPORT	EL CHINO	EL MEN	LA RAZON
EL CHINO	REPORTAJE	Redactor	750.00		750.00		
EL CHINO	REPORTAJE	Editor	1,500.00		1,500.00		
EL CHINO	REPORTAJE	Redactor	1,000.00		1,000.00		
EL CHINO	REPORTAJE	Directora	3,500.00		3,500.00		
EL CHINO	REPORTAJE	Redactor	900.00		900.00		
EL CHINO	REPORTAJE	Jefe de Información	1,300.00		1,300.00		
EL CHINO	REPORTAJE	Redactora	750.00		750.00		
EL MEN	REPORTAJE	Redactor	700.00			700.00	
EL MEN	REPORTAJE	Redactor	1,200.00			1,200.00	
EL MEN	REPORTAJE	Redactor	800.00			800.00	
EL MEN	REPORTAJE	Redactor	1,000.00			1,000.00	
EL MEN	REPORTAJE	Editor	1,900.00			1,900.00	
EL MEN	REPORTAJE	Redactor	700.00			700.00	
EL MEN	REPORTAJE	Redactor	800.00			800.00	
EL MEN	REPORTAJE	Jefe de Información	1,100.00			1,100.00	
LA RAZON	REPORTAJE	Editor	3,000.00				3,000.00

LA RAZON	REPORTAJE	Director	4,500.00				4,500.00
LA RAZON	REPORTAJE	Redactor	2,400.00				2,400.00
LA RAZON	REPORTAJE	Jefe de Graficos	1,600.00				1,600.00
LA RAZON	REPORTAJE	Grafico	1,000.00				1,000.00
LA RAZON	REPORTAJE	Redactor Politica	1,200.00				1,200.00
LA RAZON	REPORTAJE	Fotografo	900.00				900.00
LA RAZON	REPORTAJE	Redactor Web	1,800.00				1,800.00
LA RAZON	REPORTAJE	Fotografa	900.00				900.00
TODO SPORT	REPORTAJE	Redactor	1,000.00	1,000.00			
TODO SPORT	REPORTAJE	Redactor	1,000.00	1,000.00			
TODO SPORT	REPORTAJE	Editor	2,500.00	2,500.00			
TODO SPORT	REPORTAJE	Fotografo	1,500.00	1,500.00			
TODO SPORT	REPORTAJE	Grafico	1,600.00	1,600.00			
TODO SPORT	REPORTAJE	Pagina Web	800.00	800.00			
TODO SPORT	REPORTAJE	Redactor	1,000.00	1,000.00			
TODOS	DISEÑO/PRE PRENSA	Jefe de Area	4,000.00	515.20	970.88	1387.50	1126.42
TODOS	DISEÑO/PRE PRENSA	Diseñador	1,000.00	128.80	242.72	346.88	281.61
TODOS	DISEÑO/PRE PRENSA	Diagramador	1,500.00	193.20	364.08	520.31	422.41
TODOS	DISEÑO/PRE PRENSA	Diagramador	1,500.00	193.20	364.08	520.31	422.41
TODOS	DISEÑO/PRE PRENSA	Diagramador	1,233.00	158.81	299.27	427.70	347.22
TODOS	DISEÑO/PRE PRENSA	Diagramador	1,500.00	193.20	364.08	520.31	422.41
TODOS	DISEÑO/PRE PRENSA	Corrector	1,000.00	128.80	242.72	346.88	281.61
TODOS	DISEÑO/PRE PRENSA	Diagramador	1,233.00	158.81	299.27	427.70	347.22
TODOS	DISEÑO/PRE PRENSA	Diseñador	3,500.00	450.80	849.52	1214.06	985.62
<b>SUB TOTAL</b>			<b>61,066.00</b>	<b>11,520.81</b>	<b>13,696.62</b>	<b>13,911.65</b>	<b>21,936.92</b>

**MANO DE OBRA FIJA DE OPERACIÓN**

MARCA DE PERIODICO	AREA	CARGO	REMUNERACION	TODO SPORT	EL CHINO	EL MEN	LA RAZON
TODOS	GERENTE	Gerente	7,000.00	901.60	1699.04	2428.13	1971.24
TODOS	CONTABILIDAD	Contador	3,200.00	412.16	776.70	1110.00	901.14
TODOS	ADMINISTRACION	Jefe de Sistemas	1,625.00	209.30	394.42	563.67	457.61
TODOS	ADMINISTRACION	Secretaria de Gerencia	1,500.00	193.20	364.08	520.31	422.41
TODOS	ADMINISTRACION	Vigilancia	1,100.00	141.68	266.99	381.56	309.77
TODOS	ADMINISTRACION	Vigilancia	1,100.00	141.68	266.99	381.56	309.77
TODOS	CAJA	Tesorera	3,000.00	386.40	728.16	1040.63	844.82
TODOS	PUBLICIDAD	Publicista	1,600.00	206.08	388.35	555.00	450.57
TODOS	PUBLICIDAD	Ejecutivo publicidad	2,500.00	322.00	606.80	867.19	704.01
TODOS	COBRANZAS	Asistente de Cobranza	1,400.00	180.32	339.81	485.63	394.25
TODOS	COBRANZAS	Asistente Cobranzas	1,200.00	154.56	291.26	416.25	337.93
TODOS	COBRANZAS	Cobranzas Prov	929.00	119.65	225.49	322.25	261.61
TODOS	LOGISTICA	Jefe Logistica	1,075.00	138.46	260.92	372.89	302.73
<b>SUB TOTAL</b>			<b>27,229.00</b>	<b>S/. 3,507.08</b>	<b>S/. 6,609.01</b>	<b>S/. 9,445.06</b>	<b>S/. 7,667.85</b>

**RATIO DE DISTRIBUCION MANO DE OBRA DE PRODUCCION Y DISTRIBUCION**

MARCA PERIODICO	TODO SPORT	EL CHINO	EL MEN	LA RAZON	TOTAL
<b>TOTAL HORAS TRABAJADAS</b>	37.75	68.59	96.27	77.74	280.35
<b>RATIO DISTRIB.MANO OBRA DIRECTA</b>	0.1347	0.2447	0.3434	0.2773	

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION													
CALCULO DE DEPRECIACION										DISTRIB. DEPRECIACION X MARCA DE PERIODICO			
DESCRIPC.	MARCA DEL ACTIVO	MODELO	TAMAÑO	DETALLE	COSTO DE ADQUISICION (DOLARES)	COSTO DE ADQUISICION (SOLES)	TASA	DEPRECIACION 2015	DEPRECIACION MENSUAL	EL MEN	TODO SPORT	LA RAZON	EL CHINO
ROTATIVA 1	GOSS URBANITE	S-1187	14 m x 3 m	(08 cuerpos) FULL COLOR	60,000	S/.177,600.00	10%	17,760.00	S/.1,480.00	1079.26	400.74		
ROTATIVA 2	GOSS URBANITE	S-9975	13 m x 3 m	(05 cuerpos)	57,000	S/.164,730.00	10%	16,473.00	S/.1,372.75			737.28	635.47

CONSUMO DE ENERGIA ELECTRICA			
CONCEPTO	MENSUAL (S/.)	KILOWATS MENSUAL	FACTOR
COMSUMO ENERGIA ELECT. AGOSTO 2015	14,220.23	7,987.00	1.78

DISTRIBUCION DE CONSUMO ELECTRICA POR CENTRO DE COSTO			FACTOR ASIG.	12.88%	24.27%	34.69%	28.16%
CENTRO DE COSTOS	KILOWATS	FACTOR	APLICACION ENERGIA ELECTRICA	TODO SPORT	EL CHINO	EL MEN	LA RAZON
PRODUCCION	4,526	1.78	8,058	1038	1956	2795	2269
COMERCIALIZACION	958	1.78	1,706	220	414	592	480
ADMINISTRACION	2,503	1.78	4,456	574	1082	1546	1255
TOTAL	7,987.00	1.78	14,220.23	1,831.56	3,451.53	4,932.64	4,004.50

<b>ALQUILER (renta)</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>MENSUAL (S/.)</b>	<b>AREA (m 2)</b>	<b>FACTOR</b>
<b>Alquiler (renta)</b>	10,300.00	500	20.60

<b>DISTRIBUCION DE ALQUILER POR CENTRO DE COSTO</b>			<b>FACTOR</b>	12.88%	24.27%	34.69%	28.16%
<b>CENTRO DE COSTOS</b>	<b>AREA (m 2)</b>	<b>FACTOR</b>	<b>APLICACION ALQUILER (S/)</b>	<b>TODO SPORT</b>	<b>EL CHINO</b>	<b>EL MEN</b>	<b>LA RAZON</b>
<b>PRODUCCION</b>	210.00	20.60	4,326	557	1050	1501	1218
<b>ADMINISTRACION</b>	190.00	20.60	3,914	504	950	1358	1102
<b>COMERCIALIZACION</b>	100.00	20.60	2,060	265	500	715	580
<b>TOTAL</b>	500.00		10,300.00	1,326.63	2,500.01	3,572.81	2,900.54

EDITORIA EILAT SAC

**RESUMEN DE DESMEDRO Y DEVOLUCIONES FISICAS (Periódicos)****MES DE AGOSTO 2015**

FECHA	PAUTA (UNID.)	DESMEDRO PRODUCCION POR CALIBRACION (UNIDADES PERIODICO)					DEVOLUCIONES FISICAS (UNIDADES PERIODICO)							
		TODO SPORT	EL CHINO	EL MEN	LA RAZON	% DESMEDRO X DIA	TODO SPORT		EL CHINO		EL MEN		LA RAZON	
							CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%	CANT.	%
01/08/2015	69,000	551	1038	1484	1205	6.20%	4819	54%	9099	51%	8631	39%	9636	48%
02/08/2015	66,000	493	929	1328	1078	5.80%	4096	46%	7568	45%	7991	38%	7240	38%
03/08/2015	75,000	609	1147	1639	1331	6.30%	4390	49%	9357	52%	10321	37%	8452	42%
04/08/2015	75,000	570	1074	1535	1246	5.90%	4901	54%	9511	53%	11326	40%	9937	50%
05/08/2015	66,000	553	1041	1488	1208	6.50%	3829	55%	6526	41%	10574	42%	8265	46%
06/08/2015	72,000	575	1084	1548	1257	6.20%	4782	53%	10044	59%	10847	42%	9070	45%
07/08/2015	72,000	658	1241	1773	1440	7.10%	4588	51%	9236	54%	8907	34%	10148	51%
08/08/2015	72,000	705	1328	1898	1541	7.60%	4431	49%	7693	45%	11331	44%	9845	49%
09/08/2015	69,000	569	1072	1532	1244	6.40%	4505	50%	7442	47%	10580	42%	8013	42%
10/08/2015	71,000	622	1172	1675	1360	6.80%	2726	30%	8519	50%	10131	41%	8021	40%
11/08/2015	71,000	732	1379	1970	1600	8.00%	5100	57%	7046	41%	8935	36%	8479	42%
12/08/2015	71,000	476	896	1281	1040	5.20%	3920	44%	9435	56%	9205	37%	9211	46%
13/08/2015	71,000	512	965	1379	1120	5.60%	4794	53%	6390	38%	10411	42%	9355	47%
14/08/2015	71,000	494	931	1330	1080	5.40%	4446	49%	8185	48%	9972	40%	9516	48%
15/08/2015	71,000	393	741	1059	860	4.30%	4188	47%	7368	43%	10316	41%	9299	46%
16/08/2015	68,000	368	693	991	804	4.20%	3984	44%	8127	51%	9298	39%	8591	45%
17/08/2015	70,000	298	561	801	651	3.30%	3751	42%	5129	30%	8214	34%	8979	45%
18/08/2015	70,000	469	883	1263	1025	5.20%	5276	59%	5979	35%	9078	38%	8892	44%
19/08/2015	70,000	442	833	1190	966	4.90%	5088	57%	7791	46%	10656	44%	10876	54%
20/08/2015	68,000	403	759	1085	881	4.60%	4624	51%	7997	47%	9762	44%	11178	56%

<b>21/08/2015</b>	69,000	542	1022	1460	1185	6.10%	4276	48%	7921	47%	9129	40%	10079	50%
<b>22/08/2015</b>	69,000	320	603	862	700	3.60%	4738	53%	7760	46%	10199	44%	9988	50%
<b>23/08/2015</b>	66,000	323	609	870	706	3.80%	4359	48%	7851	49%	9269	42%	8343	44%
<b>24/08/2015</b>	69,000	373	703	1005	816	4.20%	4056	45%	7047	41%	7506	33%	10046	50%
<b>25/08/2015</b>	69,000	427	804	1149	933	4.80%	5149	57%	7393	43%	8460	37%	8532	43%
<b>26/08/2015</b>	68,000	455	858	1227	996	5.20%	5030	56%	8387	49%	7290	32%	7641	40%
<b>27/08/2015</b>	68,000	342	644	920	747	3.90%	5267	59%	9180	54%	8551	37%	7647	40%
<b>28/08/2015</b>	66,630	343	647	924	750	4.00%	4928	55%	7768	46%	9201	40%	7300	41%
<b>29/08/2015</b>	67,000	423	797	1139	925	4.90%	4742	53%	9232	58%	9189	40%	7142	38%
<b>30/08/2015</b>	64,000	412	777	1110	901	5.00%	4682	52%	7997	53%	7988	36%	6789	38%
<b>31/08/2015</b>	67,000	496	934	1335	1084	5.75%	4943	55%	6472	40%	8237	36%	8130	43%
<b>TOTAL</b>	<b>2,150,630</b>	<b>14,945</b>	<b>28,164</b>	<b>40,249</b>	<b>32,676</b>		<b>140,408</b>		<b>245,450</b>		<b>291,505</b>		<b>274,640</b>	

<b>BASES DE DISTRIBUCION PARA VENTA DE DESMEDRO</b>					
	<b>TODO SPORT</b>	<b>EL CHINO</b>	<b>EL MEN</b>	<b>LA RAZON</b>	<b>TOTAL</b>
TOTAL DESMEDRO Y DEVOL.	155,353	273,614	331,754	307,316	1,068,037
<b>BASE DE DISTRIBUCION</b>	0.15	0.26	0.31	0.29	

<b>COSTO DE DESMEDRO POR CALIBRACION DE ROTATIVA</b>				
	<b>TODO SPORT</b>	<b>EL CHINO</b>	<b>EL MEN</b>	<b>LA RAZON</b>
TOTAL DESMEDRO (UNID).	14,945	28,164	40,249	32,676
COSTO UNITARIO X PERIODICO	0.2154	0.1916	0.1814	0.2001
<b>COSTO DE DESMEDRO</b>	<b>3218.93</b>	<b>5396.03</b>	<b>7300.94</b>	<b>6538.99</b>

## **COSTOS DE COMERCIALIZACION**

<b>COSTO EMPAQUE</b>			<b>FACTOR</b>	12.88%	24.27%	34.69%	28.16%
	<b>PESO(KG)MENSUAL</b>	<b>COSTO X KG</b>	<b>TOTAL X MES</b>	<b>TODO SPORT</b>	<b>EL CHINO</b>	<b>EL MEN</b>	<b>LA RAZON</b>
<b>RAFIA</b>	60	4.66	279.60	36.01	67.86	96.99	78.74

<b>COSTO TRANSPORTE</b>		<b>FACTOR</b>	12.88%	24.27%	34.69%	28.16%
<b>RUTAS</b>	<b>COSTO X DIA</b>	<b>COSTO POR MES</b>	<b>TODO SPORT</b>	<b>EL CHINO</b>	<b>EL MEN</b>	<b>LA RAZON</b>
RUTA 1	75.00	2325.00	299.46	564.32	806.48	654.73
RUTA 2	75.00	2325.00	299.46	564.32	806.48	654.73
RUTA 3	75.00	2325.00	299.46	564.32	806.48	654.73
RUTA 4	75.00	2325.00	299.46	564.32	806.48	654.73
RUTA 5	75.00	2325.00	299.46	564.32	806.48	654.73
RUTA 6	75.00	2325.00	299.46	564.32	806.48	654.73
RUTA 7	75.00	2325.00	299.46	564.32	806.48	654.73
RUTA 8	75.00	2325.00	299.46	564.32	806.48	654.73
<b>TOTAL</b>	<b>600.00</b>	<b>18600.00</b>	<b>2395.67</b>	<b>4514.58</b>	<b>6451.88</b>	<b>5237.87</b>



**RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCION Y DISTRIBUCION**

<b>MATERIA PRIMA</b>							
CONCEPTO	TIPO DE COSTO	MATERIA PRIMA	TODO SPORT	EL CHINO	EL MEN	LA RAZON	TOTAL
PRODUCCION	VARIABLE	PAPEL	27,293.40	51,433.77	73,504.97	59,674.01	211,906.15
		TINTA	3,754.14	7,074.59	10,110.44	8,208.02	29,147.19
		PLACAS	4,615.90	4,615.90	4,615.90	4,615.90	18,463.60
DISTRIBUCION	VARIABLE	RAFIA	36.01	67.86	96.99	78.74	279.60
		<b>TOTAL</b>	<b>35,699.45</b>	<b>63,192.13</b>	<b>88,328.29</b>	<b>72,576.67</b>	<b>259,796.55</b>

<b>MANO DE OBRA</b>						
CONCEPTO	TIPO DE COSTO	TODO SPORT	EL CHINO	EL MEN	LA RAZON	TOTAL
PRODUCCION	VARIABLE	1753.84	3186.78	4472.64	3611.74	13,025.00
	FIJA	11520.81	13696.62	13911.65	21936.92	61,066.00
DISTRIBUCION	VARIABLE	1225.33	2226.47	3124.84	2523.37	9,100.00
ADMINISTRACION	FIJA	3507.08	6609.01	9445.06	7667.85	27,229.00
	<b>TOTALES</b>	<b>18,007.06</b>	<b>25,718.88</b>	<b>30,954.18</b>	<b>35,739.88</b>	<b>110,420.00</b>

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION							
CONCEPTO	TIPO DE COSTO	TIPO	TODO SPORT	EL CHINO	EL MEN	LA RAZON	TOTAL
PRODUCCION	VARIABLE	DEPRECIACION	400.74	635.47	1,079.26	737.28	2,852.75
		ENERGIA ELECTRICA	1,831.56	3,451.53	4,932.64	4,004.50	14,220.23
	FIJO	ALQUILER	557.19	1,050.00	1,500.58	1,218.23	4,326.00
DISTRIBUCION	VARIABLE	TRANSPORTE	2,395.67	4,514.58	6,451.88	5,237.87	18,600.00
	FIJO	ALQUILER	265.33	500.00	714.56	580.11	2,060.00
ADMINISTRACION	FIJO	ALQUILER	504.12	950.00	1357.67	1102.21	3,914.00
TOTALES			5,954.61	11,101.59	16,036.59	12,880.19	45,972.98

### RESUMEN DE COSTOS DE FIJOS Y VARIABLES

	TODO SPORT	EL CHINO	EL MEN	LA RAZON	TOTAL
Materia prima Variable	35,699.45	63,192.13	88,328.29	72,576.67	259,796.55
Mano de obra variable	2,979.17	5,413.25	7,597.47	6,135.11	22,125.00
CIF variables	4,627.97	8,601.58	12,463.78	9,979.65	35,672.98
<b>TOTAL COSTO VARIABLE</b>	<b>43,306.59</b>	<b>77,206.96</b>	<b>108,389.54</b>	<b>88,691.43</b>	317,594.53
TOTAL PAUTA IMPRESA	277,000.00	522,000.00	746,000.00	605,630.00	
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>	<b>0.16</b>	<b>0.15</b>	<b>0.15</b>	<b>0.15</b>	

	TODO SPORT	EL CHINO	EL MEN	LA RAZON	TOTAL
Materia prima fija	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Mano de obra fija	15,027.89	20,305.63	23,356.71	29,604.77	88,295.00
CIF fijos	1,326.63	2,500.01	3,572.81	2,900.54	10,300.00
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	<b>16,354.53</b>	<b>22,805.64</b>	<b>26,929.52</b>	<b>32,505.31</b>	98,595.00
TOTAL PAUTA IMPRESA	277,000.00	522,000.00	746,000.00	605,630.00	

COSTO FIJO UNITARIO	0.059	0.04	0.04	0.05
---------------------	-------	------	------	------

<b>RESUMEN DE VENTAS (Periódicos)</b>					
<b>MES DE AGOSTO 2015</b>					
<b>FECHA</b>	<b>TODO SPORT</b>	<b>EL CHINO</b>	<b>EL MEN</b>	<b>LA RAZON</b>	<b>TOTAL</b>
01/08/2015	1,770.02	3,026.34	4,545.46	3,575.58	12,917.40
02/08/2015	1,544.76	2,971.08	4,097.84	3,763.20	12,376.88
03/08/2015	1,971.32	2,938.62	6,010.86	3,984.06	14,904.86
04/08/2015	1,757.98	2,886.26	5,669.16	3,471.74	13,785.14
05/08/2015	1,357.98	3,221.16	4,904.84	3,358.58	12,842.56
06/08/2015	1,434.12	2,365.04	5,152.02	3,770.85	12,722.03
07/08/2015	1,895.42	2,639.76	5,811.62	3,398.94	13,745.74
08/08/2015	1,951.44	3,164.38	4,987.46	3,503.48	13,606.76
09/08/2015	1,415.93	2,695.77	4,542.30	3,515.84	12,169.84
10/08/2015	2,644.66	2,883.54	5,055.46	4,132.76	14,716.42
11/08/2015	1,657.32	3,384.36	5,462.10	3,974.75	14,478.53
12/08/2015	2,167.42	2,572.10	5,370.30	3,722.21	13,832.03
13/08/2015	1,430.04	3,607.40	4,960.26	3,672.53	13,670.23
14/08/2015	1,943.70	2,997.10	5,109.52	3,616.98	13,667.30
15/08/2015	2,053.86	3,274.88	4,992.56	3,691.85	14,013.15
16/08/2015	1,580.04	2,480.00	4,631.13	3,330.88	12,022.05
17/08/2015	2,224.88	4,036.14	5,367.24	3,802.25	15,430.51
18/08/2015	1,584.94	3,747.14	5,073.48	3,832.26	14,237.82
19/08/2015	1,681.20	3,131.06	4,536.96	3,147.78	12,497.00
20/08/2015	1,487.84	3,061.02	4,160.92	3,043.59	11,753.37
21/08/2015	2,035.16	3,086.86	4,716.14	3,422.75	13,260.91
22/08/2015	1,822.64	3,141.60	4,352.34	3,454.14	12,770.72
23/08/2015	1,461.92	2,566.94	4,010.27	3,410.24	11,449.36
24/08/2015	2,094.12	3,384.02	5,267.96	3,434.13	14,180.23
25/08/2015	1,652.54	3,266.38	4,943.60	3,956.46	13,818.98
26/08/2015	1,670.56	2,928.42	5,341.40	3,918.86	13,859.24
27/08/2015	1,269.22	2,658.80	4,912.66	3,916.79	12,757.47
28/08/2015	1,769.26	3,138.88	4,691.66	3,563.85	13,163.65
29/08/2015	1,817.98	2,301.12	4,695.74	4,073.07	12,887.91
30/08/2015	1,360.17	2,205.95	4,413.78	3,568.96	11,548.86
31/08/2015	1,739.74	3,239.52	4,985.42	3,717.38	13,682.06
<b>TOTAL</b>	<b>54,248.17</b>	<b>93,001.63</b>	<b>152,772.45</b>	<b>112,746.68</b>	<b>412,768.92</b>
<b>SIN IGV</b>	45973.03	78814.94	129468.18	95548.03	349804.17

## RESUMEN DE VENTAS (Publicidad)

### MES DE AGOSTO 2015

Nº	FECHA	CLIENTE	BASE IMPONIBLE	TODO SPORT	EL CHINO	EL MEN	LA RAZON
1	02-ago	1	5,762.71		1,728.81	3,457.63	576.27
3	02-ago	2	5,000.00	1,000.00		3,500.00	500.00
4	02-ago	3	6,949.15			5,559.32	1,389.83
6	03-ago	4	7,200.00	1,440.00	1,440.00	3,600.00	720.00
7	03-ago	5	7,200.00	1,440.00	1,440.00	3,600.00	720.00
8	03-ago	6	7,200.00	1,440.00	1,440.00	3,600.00	720.00
9	03-ago	7	7,200.00	1,440.00	1,440.00	3,600.00	720.00
10	03-ago	8	8,474.58			5,084.75	3,389.83
11	03-ago	9	677.97		677.97		
12	03-ago	10	5,460.00		2,184.00		3,276.00
15	05-ago	11	762.71				762.71
20	05-ago	12	423.73	423.73			
21	06-ago	13	211.86	211.86			
23	10-ago	14	21,016.95	2,101.69	8,406.78	6,305.08	4,203.39
24	09-ago	15	423.73	423.73			
25	10-ago	16	169.49		169.49		
26	11-ago	17	169.49		169.49		
28	13-ago	18	423.73			423.73	
29	14-ago	19	338.98				338.98
30	15-ago	20	338.98				338.98
31	17-ago	21	8,474.58	2,542.37			5,932.20
32	21-ago	22	10,000.00		1,000.00	6,000.00	3,000.00
33	18-ago	23	211.86				211.86

34	22-ago	24	211.86				211.86
35	22-ago	25	237.29				237.29
36	22-ago	26	211.86				211.86
37	24-ago	27	20,338.98			14,237.29	6,101.69
38	25-ago	28	254.24	254.24			
39	25-ago	29	338.98		338.98		
40	26-ago	30	3,360.00		2,016.00		1,344.00
41	27-ago	31	762.71		762.71		
42	28-ago	32	17,118.34	6,847.34	6,847.34		3,423.67
43	31-ago	33	721.19	721.19			
<b>TOTALES</b>			<b>S/. 147,645.97</b>	<b>S/. 20,286.15</b>	<b>S/. 30,061.57</b>	<b>S/. 58,967.80</b>	<b>S/. 38,330.45</b>

<b>RESUMEN DE VENTAS (Desmedro y devoluciones)</b>					
<b>MES DE AGOSTO 2015</b>					
<b>FECHA</b>	<b>BASE DE DISTRIB.</b>	0.15	0.26	0.31	0.29
	<b>TOTAL</b>	<b>TODO SPORT</b>	<b>EL CHINO</b>	<b>EL MEN</b>	<b>LA RAZON</b>
06/08/2015	5,339.00	776.59	1,367.77	1,658.40	1,536.24
16/08/2015	6,101.70	887.53	1,563.16	1,895.31	1,755.70
22/08/2015	4,322.00	628.66	1,107.23	1,342.50	1,243.61
31/08/2015	2,457.60	357.47	629.60	763.38	707.15
<b>TOTAL</b>	<b>18,220.30</b>	<b>2,650.26</b>	<b>4,667.74</b>	<b>5,659.60</b>	<b>5,242.69</b>

Con la información anterior, procedemos a estructurar el Estado de Costos de Producción, el cual nos mostrará la integración y cuantificación de la materia prima, mano de obra y gastos indirectos que nos ayuda a valorar la producción terminada y transformada para conocer el costo de su fabricación.

Además también el Estado de Resultado que es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

**EDITORIA EILAT SAC**  
**ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCION Y VENTAS**  
**Del 01 al 31 Agosto 2015**  
**(Nuevos Soles)**

	<b>TODO SPORT</b>	<b>EL CHINO</b>	<b>EL MEN</b>	<b>LA RAZON</b>
<b>Producción en proceso Inicial</b>				
Materia Prima	0	0	0	0
Mano de Obra	0	0	0	0
Costos Indirectos de Fabricación	0	0	0	0
<b>Adiciones del periodo</b>				
Materia Prima	35,699.45	63,192.13	88,328.29	72,576.67
Mano de Obra	18,007.06	25,718.88	30,954.18	35,739.88
Costos Indirectos de Fabricación	5,954.61	11,101.59	16,036.59	12,880.19
<b>TOTAL INVERTIDO EN PRODUCCION</b>	<b>59,661.12</b>	<b>100,012.60</b>	<b>135,319.06</b>	<b>121,196.74</b>
<b>Producción en proceso Final</b>				
Materia Prima	0	0	0	0
Mano de Obra	0	0	0	0
Costos Indirectos de Fabricación	0	0	0	0
<b>COSTOS DE PRODUCTOS TERMINADOS</b>	<b>59,661.12</b>	<b>100,012.60</b>	<b>135,319.06</b>	<b>121,196.74</b>
<b>VOLUMEN</b>	<b>277,000</b>	<b>522,000</b>	<b>746,000</b>	<b>605,630</b>
<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCION</b>	<b>0.2154</b>	<b>0.1916</b>	<b>0.1814</b>	<b>0.2001</b>

Editora Eilat SAC  
RUC: 20561165832

EDITORIA EILAT SAC  
**ESTADO DE RESULTADOS (METODO DIRECTO)**  
Del 01 al 31 Agosto 2015  
(Nuevos Soles)

	TODO			
	SPORT	EL CHINO	EL MEN	LA RAZON
VENTAS (PERIODICOS)	45,973.03	78,814.94	129,468.18	95,548.03
VENTAS (PUBLICIDAD)	20,286.15	30,061.57	58,967.80	38,330.45
OTROS INGRESOS (VTA DESMEDRO)	2650.26	4667.74	5659.60	5242.69
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>68,909.44</b>	<b>113,544.25</b>	<b>194,095.58</b>	<b>139,121.17</b>

**COSTOS VARIABLES**

**COSTOS VARIABLES DE PRODUCCION**

**MATERIALES DIRECTOS**

Papel	27,293.40	51,433.77	73,504.97	59,674.01
Tinta	3,754.14	7,074.59	10,110.44	8,208.02

Placas	4,615.90	4,615.90	4,615.90	4,615.90
--------	----------	----------	----------	----------

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>1753.84</b>	<b>3186.78</b>	<b>4472.64</b>	<b>3611.74</b>
-----------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------

**COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION**

Energía Eléctrica	1831.56	3451.53	4932.64	4004.50
-------------------	---------	---------	---------	---------

Depreciación Rotativa	400.74	635.47	1,079.26	737.28
-----------------------	--------	--------	----------	--------

Desmedro de producción	3,218.93	5,396.03	7,300.94	6,538.99
------------------------	----------	----------	----------	----------

**COSTOS VARIABLES DE DISTRIBUCION**

**MATERIALES DIRECTOS**

Rafia	36.01	67.86	96.99	78.74
-------	-------	-------	-------	-------

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>1,225.33</b>	<b>2,226.47</b>	<b>3,124.84</b>	<b>2,523.37</b>
-----------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

**COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION**

Transporte	2,395.67	4,514.58	6,451.88	5,237.87
------------	----------	----------	----------	----------

<b>TOTAL COSTO VARIABLE</b>	<b>46,525.52</b>	<b>82,602.99</b>	<b>115,690.47</b>	<b>95,230.42</b>
-----------------------------	------------------	------------------	-------------------	------------------

<b>MARGEN DE CONTRIBUCION</b>	<b>22,383.92</b>	<b>30,941.27</b>	<b>78,405.10</b>	<b>43,890.75</b>
-------------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------



**COSTOS FIJOS**

<b>MATERIA PRIMA</b>	-	-	-	-
<b>MANO DE OBRA PRODUCCION</b>	11,520.81	13,696.62	13,911.65	21,936.92
<b>MANO DE OBRA ADMINISTRACION</b>	3,507.08	6,609.01	9,445.06	7,667.85
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>				
Alquiler	1,326.63	2,500.01	3,572.81	2,900.54
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	16,354.53	22,805.64	26,929.52	32,505.31

<b>UTILIDAD DE LA OPERACIÓN</b>	<b>6,029.39</b>	<b>8,135.62</b>	<b>51,475.58</b>	<b>11,385.44</b>
---------------------------------	-----------------	-----------------	------------------	------------------

Con los datos anteriores calcularemos el **Punto de Equilibrio**, que es aquel donde los ingresos totales son iguales a los costos totales; es decir, donde el volumen de ventas con cuyos ingresos se igualan los costos totales y la empresa no reporta utilidad pero tampoco pérdida

**CALCULO DE PUNTO DE EQUILIBRIO**  
**METODO DE CONTRIBUCION MARGINAL**

<b>Contribución marginal x unidad</b>	<b>TODO SPORT</b>	<b>% CM</b>	<b>EL CHINO</b>	<b>% CM</b>	<b>EL MEN</b>	<b>% CM</b>	<b>LA RAZON</b>	<b>% CM</b>
Precio de venta	0.288	100.00	0.288	100.00	0.288	100.00	0.292	100.00
Costos Variables x unid.	0.16	54.26	0.15	51.33	0.15	50.43	0.15	50.09
<b>Contribución marginal</b>	0.13	45.74	0.14	48.67	0.14	49.57	0.15	49.91

	<b>TODO SPORT</b>	<b>EL CHINO</b>	<b>EL MEN</b>	<b>LA RAZON</b>	
<b>PE= CF/CM</b>	124,092	162,631	188,528	222,749	periódicos(unid)

PE: Punto de equilibrio

CF: Costos fijos totales

CM: Contrib.marginal

%CM: Contrib.marginal entre precio de venta

Para determinar el punto de equilibrio en términos de ingresos, tenemos:

PUNTO DE EQUILIBRIO	TODO SPORT	EL CHINO	EL MEN	LA RAZON	
<b>PE= CF/%CM</b>	S/. 35,755.18	S/. 46,859.72	S/.54,321.50	S/. 65,125.77	Soles

Nuestro punto de equilibrio ha sido determinado en unidades óptimas de venta (unidades de periódico) como en unidades monetarias.

Es así que en el diario TODO SPORT para no ganar ni perder se deben vender 124,092 unidades mensuales a un precio unitario de S/0.288 (sin IGV).

Del diario EL CHINO para no ganar ni perder se deben vender 162,631 unidades mensuales a un precio unitario de S/0.288 (sin IGV).

Del diario EL MEN para no ganar ni perder se deben vender 188,528 unidades mensuales a un precio unitario de S/0.288 (sin IGV).

Y por último del diario LA RAZON para no ganar ni perder se deben vender 222,749 unidades mensuales a un precio unitario de S/0.292 (sin IGV).

Esto podemos comprobarlo de la siguiente manera:

### **COMPROBACION**

	TODO SPORT	EL CHINO	EL MEN	LA RAZON
VENTAS	35,755.18	46,859.72	54,321.50	65,125.77
COSTOS VARIABLES	19,400.65	24,054.08	27,391.98	32,620.46
<b>CONTRIBUCION MARGINAL</b>	<b>16,354.53</b>	<b>22,805.64</b>	<b>26,929.52</b>	<b>32,505.31</b>
COSTOS FIJOS TOTALES	16,354.53	22,805.64	26,929.52	32,505.31
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>

**ESTADOS DE RESULTADOS CON DIFERENTES VOLUMENES DE VENTA**

Haremos una comparación de las utilidades antes de impuestos teniendo en cuenta un aumento y disminución de 20,000 unidades en los diversos periódicos.

Editora Eilat SAC

RUC: 20561165832

EDITORIA EILAT SAC

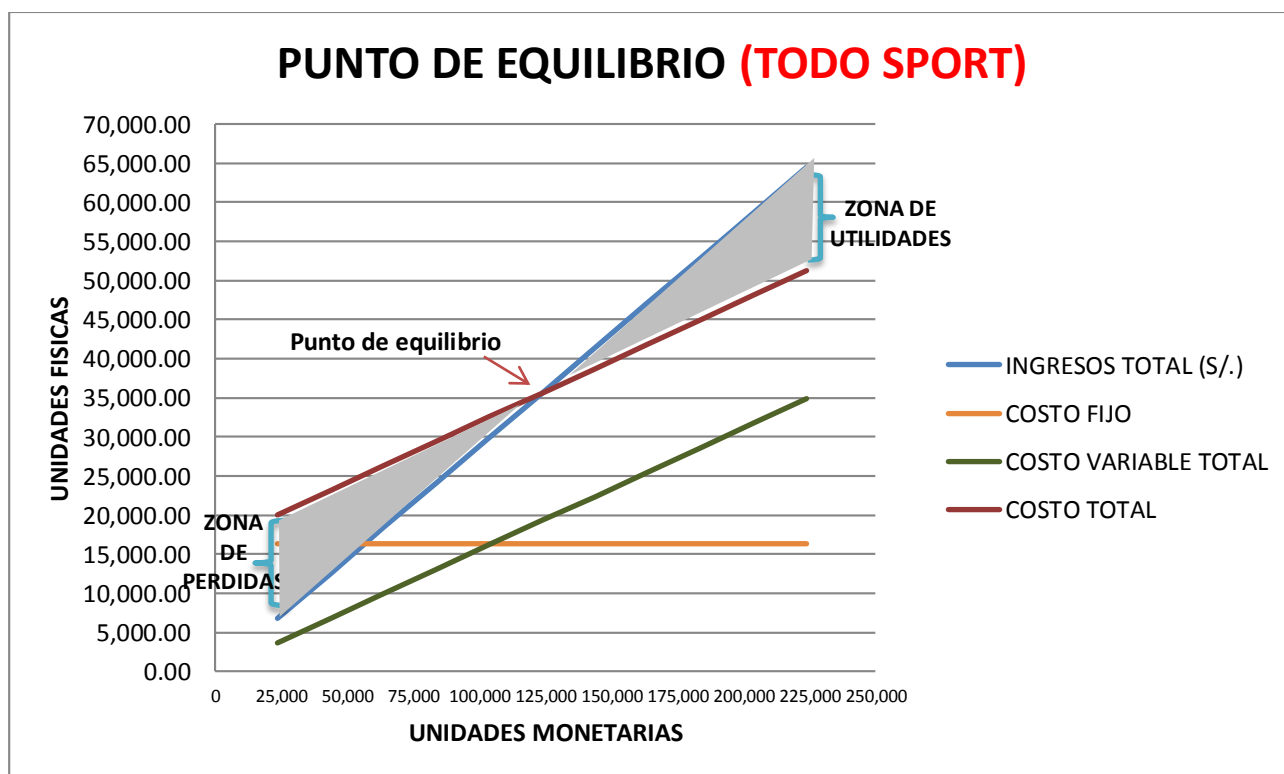
**ESTADO DE RESULTADOS (METODO DIRECTO)**

Del 01 al 31 Agosto 2015

(Nuevos Soles)

	<b>TODO SPORT</b>		
	<b>VOLUMEN (UNIDADES)</b>		
	<b>104,092</b>	<b>124,092</b>	<b>144,092</b>
VENTAS	29,992.61	35,755.18	41,518.03
COSTOS VARIABLES (S/0.16 X UNID)	-16,273.90	-19,400.65	-22,527.56
<b>CONTRIBUCION MARGINAL</b>	<b>13,718.71</b>	<b>16,354.53</b>	<b>18,990.48</b>
COSTOS FIJOS TOTALES	-16,354.53	-16,354.53	-16,354.53
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-2,635.95</b>	<b>0.00</b>	<b>2,635.95</b>

**GRAFICO 01: PUNTO DE EQUILIBRIO-TODO SPORT**



Editora Eilat SAC

RUC: 20561165832

EDITORIA EILAT SAC

## ESTADO DE RESULTADOS (METODO DIRECTO)

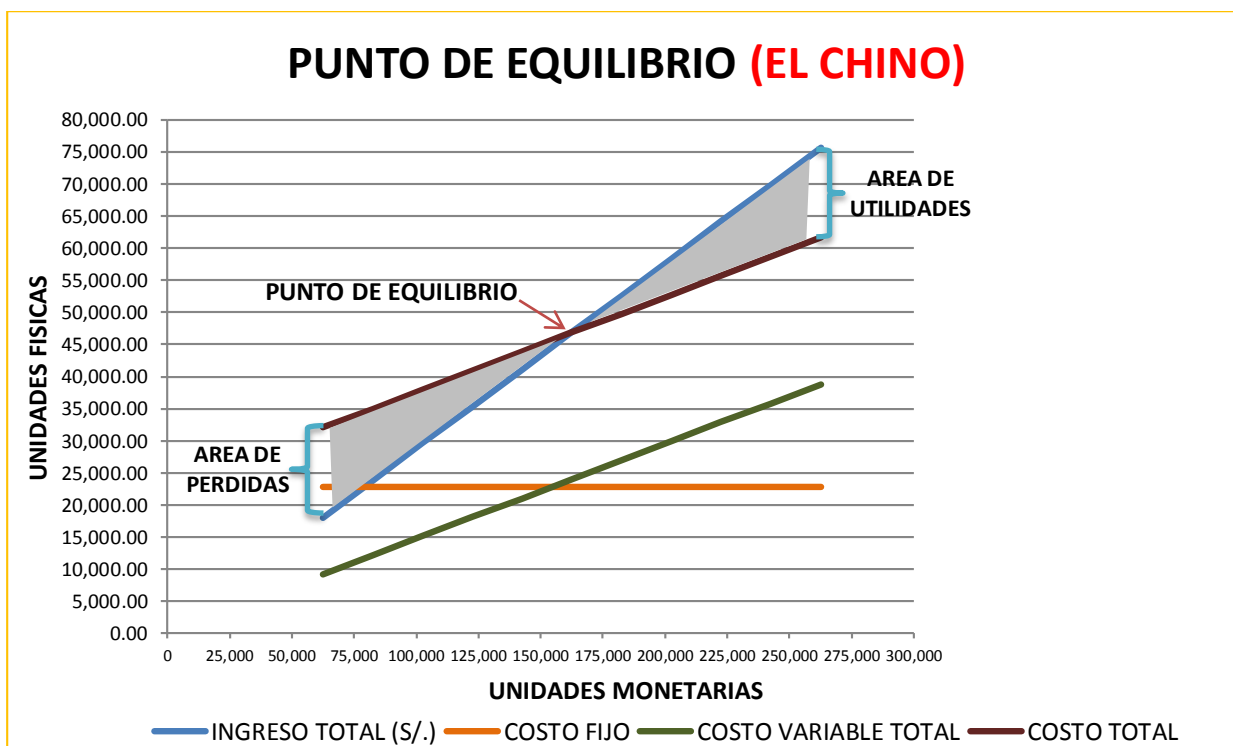
Del 01 al 31 Agosto 2015

(Nuevos Soles)

**EL CHINO**

	VOLUMEN (UNIDADES)		
	142,631	162,631	182,631
VENTAS	41,097.07	46,859.72	52,622.49
COSTOS VARIABLES (S/0.16 X UNID)	-21,095.99	-24,054.09	-27,012.23
<b>CONTRIBUCION MARGINAL</b>	<b>20,001.08</b>	<b>22,805.63</b>	<b>25,610.26</b>
COSTOS FIJOS TOTALES	-22,805.64	-22,805.63	-22,805.64
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-2,804.62</b>	<b>0.00</b>	<b>2,804.62</b>

## GRAFICO 02: PUNTO DE EQUILIBRIO- EL CHINO



Editora Eilat SAC

RUC: 20561165832

EDITORIA EILAT SAC

## ESTADO DE RESULTADOS (METODO DIRECTO)

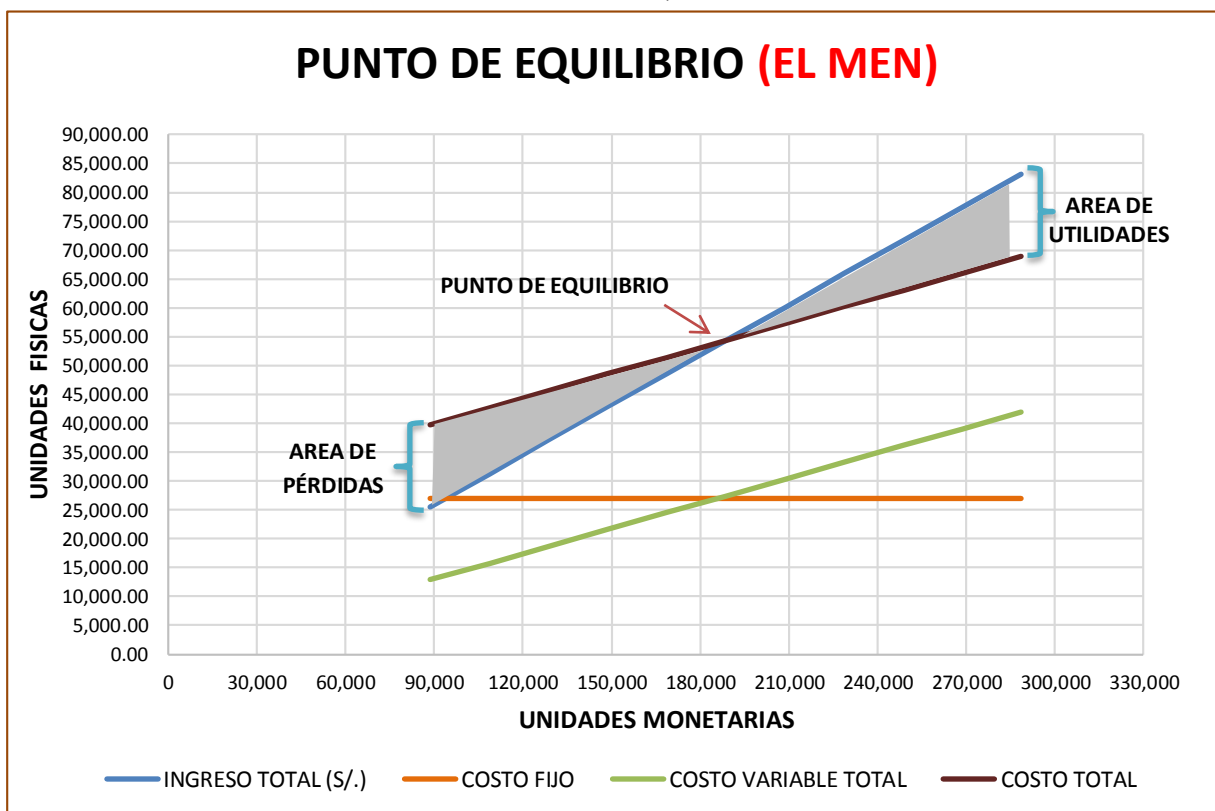
Del 01 al 31 Agosto 2015

(Nuevos Soles)

**EL MEN**

	VOLUMEN (UNIDADES)		
	168,528	188,528	208,528
VENTAS	48,558.92	54,321.50	60,084.34
COSTOS VARIABLES (S/0.16 X UNID)	-24,486.16	-27,391.98	-30,297.93
<b>CONTRIBUCION MARGINAL</b>	<b>24,072.76</b>	<b>26,929.52</b>	<b>29,786.41</b>
COSTOS FIJOS TOTALES	-26,929.52	-26,929.52	-26,929.52
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-2,856.89</b>	<b>0.00</b>	<b>2,856.89</b>

GRAFICO 03: PUNTO DE EQUILIBRIO- EL MEN



Editora Eilat SAC

RUC: 20561165832

EDITORIA EILAT SAC

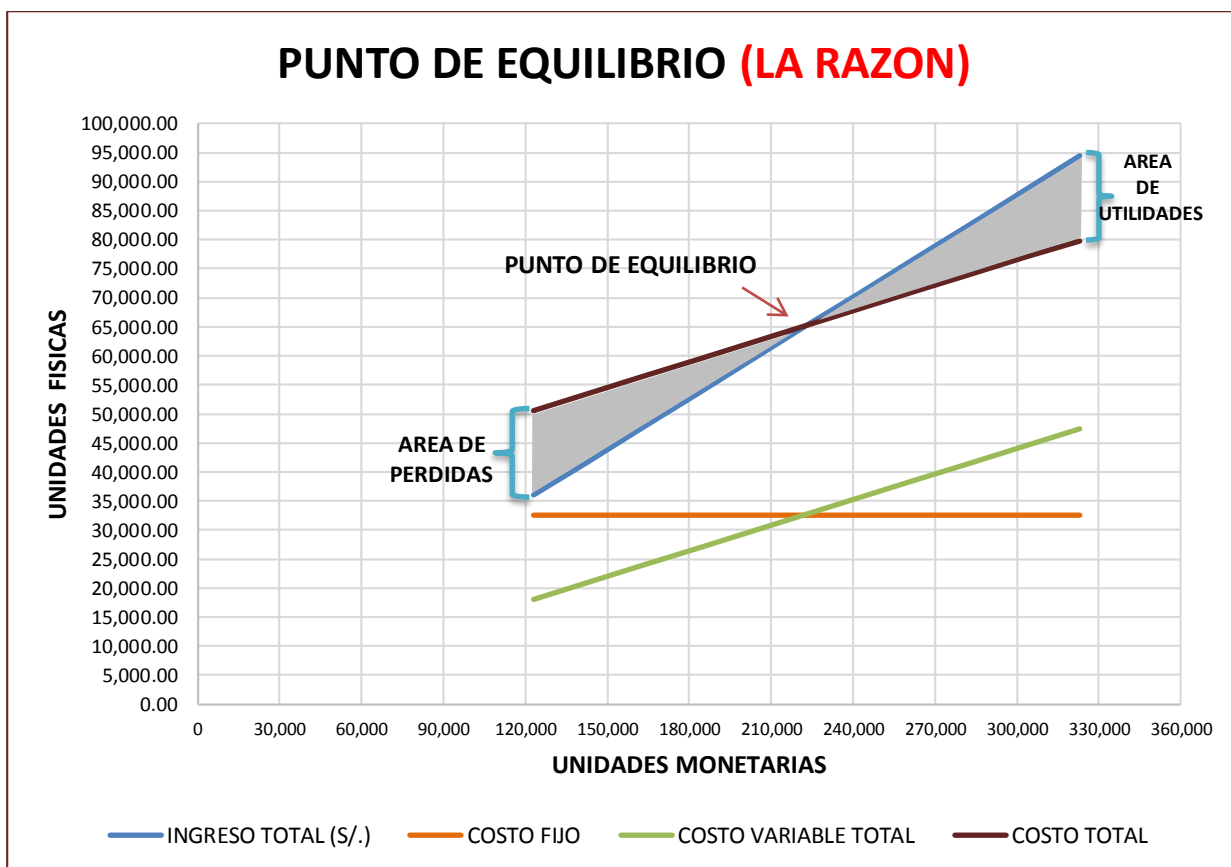
**ESTADO DE RESULTADOS (METODO DIRECTO)**

Del 01 al 31 Agosto 2015

(Nuevos Soles)

**LA RAZON**

	VOLUMEN (UNIDADES)		
	202,749	222,749	242,749
VENTAS	59,278.31	65,125.77	70,973.22
COSTOS VARIABLES (S/0.16 X UNID)	-29,691.56	-32,620.46	-35,549.36
<b>CONTRIBUCION MARGINAL</b>	<b>29,586.75</b>	<b>32,505.31</b>	<b>35,423.87</b>
COSTOS FIJOS TOTALES	-32,505.31	-32,505.31	-32,505.31
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-2,918.56</b>	<b>0.00</b>	<b>2,918.56</b>

**GRAFICO 04: PUNTO DE EQUILIBRIO- LA RAZON**

## CONCLUSIONES

1. En la actualidad la empresa Editora Eilat SAC no cuenta con un sistema de costeo, estableciendo el precio de cada diario a través del precio del mercado y tomando como base trabajos realizados anteriormente, sin tener en cuenta todos los costos indirectos de fabricación como la depreciación, alquiler, desmedro, energía eléctrica.
2. Con el diseño de un sistema de costos, a través del Método Directo, la empresa Editora Eilat SAC optimizará el uso de sus recursos y proporcionará información clara y real sobre los costos de las diversas marcas de periódicos que produce, suministrando datos confiables, permitiendo evaluar eficientemente la situación económica-financiera de la empresa.
3. Al aplicar los procedimientos y formatos de registros de control diario en las compras, almacén, producción, se logrará llevar un mejor control de los recursos económicos de la empresa (materia prima, suministros, etc.)
4. Según el análisis del punto de equilibrio a través del método de contribución marginal, la empresa Editora Eilat SAC nos muestra las unidades optimas a producir a un determinado precio, para que sus ingresos sean igual que sus costos. Es decir del diario **Todo Sport** debe imprimirse 124,092 unidades de periódicos a un precio unitario de S/ 0.288 (sin IGV) para que la utilidad sea cero, del diario **El Chino** debe imprimirse 162,631 unidades de periódico a un precio unitario de S/ 0.288 (sin IGV), del diario **El Men** debe imprimirse 188,528 unidades de periódico a un precio unitario de S/ 0.288 (sin IGV) y por ultimo del diario **La Razón** debe imprimirse 222,749 unidades de periódicos a un precio unitario de S/ 0.292 (sin IGV)

### **RECOMENDACIONES**

1. La implementación del sistema de Costos propuesto, el cual incluye formatos y el procedimiento a seguir adecuados para recoger, registrar y suministrar de información necesaria relacionada a los costos de producción, esencial para la toma de decisiones de la gerencia.
2. Capacitar al personal de producción que será responsable de la utilización de formatos diseñados para obtener información oportuna del proceso productivo, ya que sin esta información no se podría seguir la estructura del sistema de costos propuesto.
3. Controlar el uso de los recursos humanos y materiales que se utilizan en producción (papel bobina, tinta, placas, rafia) siendo indispensable el llenado diario de la Hoja de Producción.
4. Revisión periódica del sistema de costos propuesto con la finalidad de analizar y ajustar cualquier variación que se pueda presentar, adaptando el sistema de costos a las nuevas necesidades de la empresa.



## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

### **BIBLIOGRAFÍA**

APAZA, M. Y SANTA CRUZ, A. (2010). *“Contabilidad de costos”* (2 da edición).

BIONDI, Mario (1999); *“Teoría de la Contabilidad”*; Ediciones Macchi.

BLOCHER, Edward; STOUT David E.; COKINS Gary & CHEN Kung H. (2008);  
*“Administración de Costos, un enfoque estratégico”*; Cuarta Edición, México:  
McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES SA.

GARCIA C. Juan (2008); *“Contabilidad de Costos”* Tercera Edición; México:  
McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES SA DE CV.

HERNANDEZ Sampein. (2003). *“Metodología de la Investigación”*. Tercera edición. México: McGraw-Hill

LUJAN A. Luis F. (2009), *“Contabilidad de Costos”*; Contadores y empresas, Primera Edición, Perú: Gaceta Jurídica.

TORRES Gustavo (2013). *“Tratado de Contabilidad de Costos por Sectores Económicos”*; Segunda Edición, Marketing Consultores S.A.

SAMUELSON P. & NORDHAUS W. (1996), *“Análisis de los costes”*, Quinta Edición. Madrid: McGraw-Hill

### **REVISTAS ESPECIALIZADAS**

Domínguez Sánchez-Pinilla, M., & Moreno Pestaña, J. (Enero de 2000).

*Universidad Complutense de Madrid - España*. Recuperado el 10 de Mayo de 2016, de TEORIA DE SISTEMAS, TRABAJO SOCIAL Y BIENESTAR:  
<http://www.redalyc.org/pdf/181/18100118.pdf>

Ediciones Caballero Bustamante. (s.f). Módulo 8: Costos. *Directrices básicas referidas a la Contabilidad de Costos*, 18.

### **TESIS**

Goicochea León, C. (2014). *Universidad Nacional de Trujillo*. Recuperado el 01 de Mayo de 2016, de Implementación de un Sistema de Costos y su incidencia en el aspecto económico - financiero de la Empresa Manufacturera de Envases Industriales S.A.C: <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/615>

## CONGRESOS

Figueira, M. (s.f). *VIII CONGRESO DEL INSTITUTO INTERNACIONAL DE COSTOS*. Recuperado el 18 de 06 de 2016, de I CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN URUGUAYA DE COSTOS:  
<https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjEkJu7zv7SAhXNnJAKHfx2BfsQFggYMAA&url=http%3A%2F%2Feco.unne.edu.ar%2Fcontabilidad%2Fcostos%2FVIIIcongreso%2F076.doc&usg=AFQjCNHluDgrLn-Tx7oWGewfW1IC-2Z6fg&bvm=bv>.

## LINKOGRAFÍA

¿Qué es contabilidad de costos? (s.f). Recuperado el 11 de Junio de 2016, de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/que-es-contabilidad-de-costos/>

*Academia MAT*. (s.f). Recuperado el 15 de Junio de 2016, de Ciencias Económicas y Empresariales.:  
<http://www.academiamat.com/descarga/65.pdf>

*ALEGSA.com.rar*. (09 de Agosto de 2014). Recuperado el 18 de Junio de 2016, de Diferencia entre método, técnica, procedimiento y proceso:  
<http://www.alegsa.com.ar/m/Diccionario/C/25129.php>

Aliaga Felices, V. (s.f). *Monografias.com*. Recuperado el 15 de Junio de 2016, de Costos relevantes, análisis marginal, inflación y política de precios.:  
<http://www.monografias.com/trabajos82/costos-relevantes-analisis-marginal-inflacion/costos-relevantes-analisis-marginal-inflacion2.shtml#ixzz3DYNTTmc>

Arnold, M., & Osorio, F. (s.f). *Introducción a los Conceptos Básicos de la Teoría General de Sistemas*. Recuperado el 10 de Junio de 2016, de Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de Chile:  
<http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/03/frprinci.htm>

*Aula Facil.* (s.f). Recuperado el 12 de Junio de 2016, de Curso de Contabilidad de Costes:

<http://www.aulafacil.com/cursos/l26998/empresa/contabilidad/contabilidad-de-costes/introduccion-que-es-la-contabilidad-de-costes>

*Biblioteca Digital.* (s.f). Recuperado el 05 de Marzo de 2016, de

[http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/cya/cya\\_v4\\_n8\\_03.pdf](http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/cya/cya_v4_n8_03.pdf)

*Contabilidad de Costos.* (s.f). Recuperado el 20 de Junio de 2016, de Ingeniería UNAM: <http://www.ingenieria.unam.mx/~materiafc/CCostos.html>

*Costos estimados.* (12 de Junio de 2010). Recuperado el 20 de Junio de 2016, de Gerencia.com: <https://www.gerencie.com/costos-estimados.html>

Enriquez Caro, R. (09 de Noviembre de 2012). *Administración Moderna.*

Recuperado el 10 de Junio de 2016, de Organigrama:

[http://www.administracionmoderna.com/2012/01/organimetria-organigrama-un-organigrama\\_3038.html](http://www.administracionmoderna.com/2012/01/organimetria-organigrama-un-organigrama_3038.html)

*Gerencie.com.* (12 de Junio de 2010). Recuperado el 17 de Junio de 2016, de El costo directo.: <https://www.gerencie.com/el-costo-directo.html>

Hernández Cortez, N. (14 de Octubre de 2010). *Teoría de costos de Paul*

*Samuelson.* Recuperado el 11 de Junio de 2016, de

<https://noehernandezcortez.wordpress.com/2010/10/30/teoria-de-costos-de-paul-samuelson/>

Jaime Cruz, A. (s.f). *Instituto Politécnico Nacional.* Recuperado el 12 de Mayo de 2016, de Diseño de Sistema de Costos Presupuestal.:

<http://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/355/TEISIS3.pdf?sequence=1>

*La Página verónica.* (s.f). Recuperado el 15 de Junio de 2016, de Objetivos de los Sistemas de Costos.:

[http://www.oocities.org/valita\\_web/objetivoscostos.html](http://www.oocities.org/valita_web/objetivoscostos.html)

Lay Montoya, C. (s.f). *Monografias.com.* Recuperado el 15 de Junio de 2016, de Costos Estándar: <http://www.monografias.com/trabajos30/costos-estandar/costos-estandar.shtml#defin#ixzz32CloyHGn>

Osorio, O. (1994). *Los Costes y la Contabilidad de Gestión.* Recuperado el 11 de Junio de 2016, de [http://www.observatorio-](http://www.observatorio-iberoamericano.org/paises/Spain/Art%C3%ADculos%20diversos%20sobre%20Contabilidad%20de%20Gesti%C3%B3n/Oscar%20Osorio%202.pdf)

[iberoamericano.org/paises/Spain/Art%C3%ADculos%20diversos%20sobre%20Contabilidad%20de%20Gesti%C3%B3n/Oscar%20Osorio%202.pdf](http://www.observatorio-iberoamericano.org/paises/Spain/Art%C3%ADculos%20diversos%20sobre%20Contabilidad%20de%20Gesti%C3%B3n/Oscar%20Osorio%202.pdf)

- Pastor Paredes, J. (2012). *Costeo Absorbente y Directo - Variable*. Recuperado el 18 de Junio de 2016, de <http://www.usmp.edu.pe/recursoshumanos/pdf/Costeo-Absorbente-y-Directo-Variable.pdf>
- Salgado C, E. (26 de Julio de 2003). *Teoría de Costos de Transacción*. Recuperado el 14 de Julio de 2016, de <http://www.redalyc.org/pdf/205/20502604.pdf>
- Soza Hernández, O. (04 de Abril de 2012). *Contabilidad de Costos*. Recuperado el 12 de 03 de 2016, de CONCEPTOS DE CONTABILIDAD DE COSTOS SEGÚN ALGUNOS AUTORES: [http://costabilidad-de-costos.blogspot.pe/2012/04/conceptos-de-contabilidad-de-costos\\_04.html](http://costabilidad-de-costos.blogspot.pe/2012/04/conceptos-de-contabilidad-de-costos_04.html)
- Tua Pereda, J. (s.f). *Evolución del concepto de contabilidad a través de sus definiciones*. Recuperado el 10 de Junio de 2016, de Contaduría Universidad de Antioquia: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/cont/article/download/24995/20322>
- Villareal, J. (01 de Junio de 2009). *Universidad Libre*. Recuperado el 20 de Junio de 2016, de Contabilidad: <http://www.unilibre.edu.co/CriterioLibre/images/revistas/11/CriterioLibre11art07.pdf>

# ANEXOS

**ANEXO 01****ENCUESTA**

**Nombre** : \_\_\_\_\_

**Cargo** : \_\_\_\_\_

La presente encuesta tiene como finalidad recoger información significativa para la realización de un estudio de investigación, referente al Diseño de un Sistema de Costos para la empresa Editora Eilat SAC.

Agradezco se sirva emitir sus respuestas y aportes con veracidad y puntualidad.

**Instrucciones**

- ♣ Conteste su respuesta con letra legible a las preguntas que así lo requieran, según su criterio.
- ♣ Marque con (X), la alternativa que considere conveniente.

**CUESTIONARIO**

**1.- ¿La empresa tiene establecido sistema de costos para la producción y comercialización de diarios?**

SI ☐ NO ☐

**Si la respuesta es Sí: Mencione el sistema de costos utilizado**

-----  
-----

**2.- ¿Conoce los elementos del costo para la producción de diarios?**

-----  
-----  
-----  
-----

3.- ¿Cree que la forma de control de materia prima es la adecuada?

---

---

---

---

---

4.- ¿La empresa cuenta con registros para el control de costos de la producción de diarios?

SI ☐ NO ☐

Si la respuesta es Sí: Enumere los nombres de los registros utilizados.

---

---

---

---

---

5.- ¿Cuál es el método de control de inventario que utiliza la empresa?

PEPS ☐ Promedio ☐ Al Pormenorizado ☐ No tiene ☐ N/A ☐

6.- ¿La empresa cuenta con registros para el control de devoluciones en venta de diarios?

SI ☐ NO ☐

Si la respuesta es Sí: Enumere los nombres de los registros utilizados.

---

---

---

---

---

7.- ¿Cuál es el porcentaje de devoluciones aprox. en un día?

- |           |                          |           |                          |
|-----------|--------------------------|-----------|--------------------------|
| 0% - 10%  | <input type="checkbox"/> | 31% - 40% | <input type="checkbox"/> |
| 11%- 20%  | <input type="checkbox"/> | 41% a más | <input type="checkbox"/> |
| 21% - 30% | <input type="checkbox"/> |           |                          |

8.- ¿Cómo se determina el precio del producto?

-----

-----

-----

9.- ¿Usted cree que se podrían optimizar el uso de los recursos?

SI ☐ NO ☐

10.- ¿Se elabora el estado de costo de producción en la empresa?

SI ☐ NO ☐

11.- ¿El estado de resultados es usado como una herramienta que sea útil para tomar decisiones

SI ☐ NO ☐

12.- ¿Cree usted que la aplicación de un sistema de costos es de vital importancia para la empresa?

SI ☐ NO ☐

¡Gracias por sus respuestas!



ANEXO 02



EDITORA EILAT SAC

RUC: 20561165832

Dirección: Cal.Teresa Fanning 369-Chiclayo-Lamb.

ORDEN DE COMPRA

N° \_\_\_\_\_

PROVEEDOR: \_\_\_\_\_

FECHA DE PEDIDO \_\_\_\_\_

FECHA DE PAGO: \_\_\_\_\_

TERMINOS DE ENTREGA: \_\_\_\_\_

N°	ARTICULO	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
COSTO TOTAL				

AUTORIZADO  
POR:

ANEXO 03



EDITORIA EILAT SAC

RUC: 20561165832  
Direccion: Cal.Teresa Fanning 369-Chiclayo-Lambayeque

NOTA DE ENTRADA DE ALMACEN

N°

RECIBIDO DE:	FECHA
CON DESPINO A:	ENTRADA
N° DE GUIA:	ORDEN COMPRA N°
	ENTREGA
	TOTAL
	PARCIAL

CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCION DEL ARTICULO
RECIBIDO POR		REVISADO POR
OBSERVACIONES		



EDITORIA EILAT SAC

ANEXO 05



RUC: 20561165832

Direccion: Cal.Teresa Fanning 369-Chiclayo-Lambayeque

FECHA

/ /

## HOJA DE PRODUCCION

PERIODICOS	HORA DE INICIO	HORA DE FIN	UNID.DESMEDRO	UNID. IMPRESAS
EL MEN				
LA RAZON				
EL CHINO				
TODO SPORT				

## MATERIA PRIMA UTILIZADA

PERIODICOS	N° BOBINAS PAPEL UTILIZADAS
EL MEN	
LA RAZON	
EL CHINO	
TODO SPORT	
TOTAL	

PERIODICOS	KILOGRAMOS DE TINTA				TOTAL
	AZUL	AMARILLO	MAGENTA	NEGRO	
EL MEN					
LA RAZON					
EL CHINO					
TODO SPORT					
TOTAL					

PERIODICOS	N° PLACAS	PLACAS QUEMADAS	TOTAL PLACAS
EL MEN			
LA RAZON			
EL CHINO			
TODO SPORT			

**EDITORA EILAT SAC**

**Direccion: Cal.Teresa Fanning 369-Chiclayo-Lambayeque**



**Nombre de producto:**

N°

[illegible]

#### OBSERVACIONES

**FIRMA PERSONA  
AUTORIZADA**