

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Carrera de Contabilidad y Auditoría

Diseño de un sistema para controlar costos y gastos en una panadería y pastelería con nuevas estrategias de comercialización

Trabajo de titulación previo a la obtención
del título de Contador Público Auditor

Autores:

María José Rodríguez Holguín

Hernán Vinicio Sumba Marín

Director:

Silvia Lorena Segarra Tapia

ORCID: 0000-0003-3716-7931

Cuenca, Ecuador

2023-03-06

Resumen

La Panadería y pastelería Gualaceo es una empresa que lleva 27 años en el sector panificador del cantón Gualaceo y se dedica a la elaboración de panes, pasteles y dulces tradicionales del cantón, posee una producción continua para satisfacer a sus clientes aledaños de la panadería y quienes visitan el cantón.

El presente proyecto integrador tiene como finalidad suministrar una forma de control de costos y gastos al negocio. Se determina el costo de la producción del pan de casa, pan de galleta y el bizcocho para tortas, ya que son los productos con mayor producción diaria, por ello se propone un sistema por procesos. Además se levantan información de los gastos administrativos y de ventas que requieren a lo largo de sus actividades. Finalmente se identifican las estrategias de comercialización, por medio de un análisis de las 7p con el fin de incrementar las ventas y sobre todo llegar a más clientes.

En el primer capítulo se da a conocer los aspectos básicos y metodológicos del proyecto. En el siguiente capítulo se ejecuta la fundamentación. En el tercer capítulo se elaboró un análisis situacional en el ambiente macroentorno y microentorno con el propósito de determinar cómo es el escenario actual, igualmente se conoce otros datos del negocio; conjuntamente con la obtención de información y datos para implementar el sistema de costos y gastos.

En el cuarto capítulo se determina el costo de producción por medio del sistema por procesos; también se clasifican los gastos administrativos y gastos de ventas, por último se proponen nuevas estrategias de comercialización mediante la aplicación de la 7p. Finalmente, el quinto capítulo presenta las conclusiones, limitaciones y recomendaciones del estudio.

Palabras clave: costo de producción, gastos, estrategias de comercialización, 7p, costos por procesos

Abstract

The Gualaceo Bakery and Pastry Shop is a company that has been 27 years in the bakery sector of the canton of Gualaceo and is dedicated to the production of breads, cakes and traditional sweets of the canton, has a continuous production to satisfy its customers around the bakery and those who visit the canton.

The purpose of this integrative project is to provide a way to control costs and expenses to the business. The cost of the production of bread, cookie bread and sponge cake is determined, since these are the products with the highest daily production, therefore a system by processes is proposed. In addition, information on administrative and sales expenses required throughout its activities is collected. Finally, marketing strategies are identified through an analysis of the 7Ps in order to increase sales and, above all, to reach more customers.

In the first chapter, the basic and methodological aspects of the project are presented. In the next chapter, the rationale is presented. In the third chapter, a situational analysis of the macro and micro environment was carried out in order to determine the current scenario, as well as other business data, together with information and data to implement the cost and expense system.

In the fourth chapter, the cost of production is determined by means of the system by processes; administrative expenses and sales expenses are also classified, and finally, new marketing strategies are proposed through the application of the 7p. Finally, the fifth chapter presents the conclusions, limitations and recommendations of the study.

Keywords: Cost of production, expenses, marketing strategies, 7p, process costs

Índice de contenidos

Resumen.....	2
Abstract	3
Índice de contenidos.....	4
Índice de figuras	7
Índice de tablas	8
Agradecimiento.....	11
Dedicatoria	12
Introducción	13
Capítulo I.....	14
Aspectos básicos y metodológicos.....	14
1.1 Negocio panificador	14
1.2 Justificación del proyecto y problematización.....	15
1.3 Objetivos del proyecto	17
1.3.1 Objetivo general.....	17
1.3.2 Objetivos específicos.....	17
1.4 Metodología del proyecto	17
1.4.1 Tipo de investigación y método de investigación.....	17
1.4.2 Métodos de recolección de datos	17
Capítulo II.....	18
Marco teórico	18
2.1 Costo y gasto	18
2.2 Los costos en las empresas.....	19
2.3 Elementos del costo	19
2.3.1 Distribución de costos generales (CG).....	20
2.3.2 Resumen de conceptos importantes	20
2.4 Clasificación de los costos	21
2.5 Sistemas de costos	21
2.5.1 Sistema de costos por órdenes de producción	21
2.5.2 Sistema de costos por procesos	22
2.6 Administración de los inventarios.....	24
2.6.1 Clasificación de los inventarios	25

2.6.2 Método de valoración del inventario	25
2.7 Capacidad.....	25
2.8 Comercialización	26
2.8.1 Estrategias de comercialización	26
2.9 Importancia de un análisis situacional	27
2.9.1 Macroentorno.....	28
2.9.2 Microentorno	28
Capítulo III.....	29
Levantamiento y análisis de la información.....	29
3.1 Antecedentes	29
3.2 Análisis situacional	29
3.2.1 Macroentorno.....	30
3.2.2 Microentorno	32
3.3 Plan Estratégico.....	35
3.4 Levantamiento de recursos.....	38
3.4.1 Recursos de bienes	38
3.4.2 Recurso humano	40
3.4.3 Otros recursos que se requieren para la producción y/o comercialización	41
3.5 Reconocimiento de procesos de panadería y pastelería	42
3.5.1 Proceso para elaboración de pan	42
3.5.2 Proceso de elaboración pastelería.....	43
3.6 Comercialización	43
3.7 Análisis del sistema de costos a aplicar	44
Capítulo IV	45
Propuesta para controlar costos y gastos e implementación de nuevas estrategias de comercialización.....	45
4.1 Costo y gasto	45
4.2 Sistema de costeo	47
4.3 Información para el costeo	50
4.4 Identificación de los elementos del costo de producción	52
4.4.1 Materia prima	52
4.4.2 Mano de obra.....	53
4.4.3 Costos generales.....	54

4.5 Acumulación del costo de producción	55
4.5.1 Costos específicos de los procesos.....	56
4.5.2 Costos generales producto A, B y C.....	60
4.5.3 Registros de costos según procesos y productos	68
4.6 Informes de costos por procesos	70
4.6.1 Informe de producción de cantidad.....	70
4.6.2 Informe de costos de producción	71
4.7 Determinación de la utilidad sobre ventas y el margen de contribución	74
4.8 Gastos de operación	74
4.8.1 Gastos administrativos	75
4.8.2 Gastos de ventas.....	79
4.9 Estado de resultados.....	84
4.10 Plan de cuentas.....	85
4.11 Estrategias de comercialización.....	85
4.11.1 Propuesta de estrategias de comercialización.....	88
4.12 Diseño para control costos y gastos.....	92
Capítulo V	94
Conclusiones y recomendaciones	94
5.1 Conclusiones y limitaciones	94
5.2. Recomendaciones.....	95
Referencias.....	96
Anexos.....	98
Anexo A. Productos Panadería y Pastelería Gualaceo	98
Anexo B. Producción panadería 30 días	101
Anexo C. Proceso elaboración pan	103
Anexo D. Proceso de Pastelería Panadería y Pastelería Gualaceo	104
Anexo E. Kárdex	105
Anexo F. Producción Panadería y Pastelería Gualaceo	114
Anexo G. Orden de Producción	115
Anexo H. Costos variables y unitarios.....	116

Índice de figuras

Figura 1. Elementos del costo	20
Figura 2. Producción de un artículo por una línea	23
Figura 3. Producción varios artículos líneas independientes.....	23
Figura 4. Producción artículos que pasan por procesos comunes.....	23
Figura 5. Producción de un artículo de unir partes por líneas independientes	24
Figura 6. Redes Sociales.....	32
Figura 7. Proveedores	33
Figura 8. Costo de producción y Gastos del negocio	46
Figura 9. Proceso para realizar la producción.....	47
Figura 10. Producto de calidad.....	86
Figura 11. Rótulos para paneras	86
Figura 12. Etiqueta dulce – Página de Facebook	87
Figura 13. Proceso atención al cliente	88

Índice de tablas

Tabla 1. Competencia panadería y pastelería Gualaceo	33
Tabla 2. Productos con mayor venta	37
Tabla 3. Equipo y herramientas Panadería y pastelería Gualaceo.....	38
Tabla 4. Reporte de compras materia prima	39
Tabla 5. Nómina Panadería y pastelería Gualaceo.....	40
Tabla 6. Costos y gastos Panadería y pastelería Gualaceo	42
Tabla 7. Modelo Kàrdex	49
Tabla 8. Unidades de productos	50
Tabla 9 Modelo de orden de producción	50
Tabla 10 Procesos Productos A, B y C.....	51
Tabla 11. Procesos y recursos para producción de producto A y B	51
Tabla 12. Procesos para la producción Producto C	52
Tabla 13. Materia prima Producto A	52
Tabla 14. Materia prima Producto B	53
Tabla 15. Materia prima Producto C	53
Tabla 16. Horas trabajadas área panadería Producto A y B.....	53
Tabla 17. Minutos por proceso para elaboración Producto A y B.....	54
Tabla 18. Horas trabajadas área pastelería	54
Tabla 19. Minutos por proceso para elaboración Producto C.....	54
Tabla 20. Procesos y elementos del costo Producto A y B.....	55
Tabla 21. Procesos y elementos del costo Producto C.....	55
Tabla 22. Cédula materia prima Producto A.....	56
Tabla 23. Cédula materia prima Producto B.....	56
Tabla 24. Cédula materia prima Producto C	57
Tabla 25. Rol de pagos producción	58
Tabla 26. Rol de beneficios producción.....	58
Tabla 27. Cédula mano de obra Producto A	59
Tabla 28. Cédula mano de obra Producto B	59
Tabla 29. Cédula mano de obra Producto C	60
Tabla 30. Costos Generales	60
Tabla 31. Promedio consumo agua mensual	61
Tabla 32. Promedio consumo energía eléctrica mensual	61
Tabla 33. Consumo energía eléctrica por consumo diario	62
Tabla 34. Costo mantenimiento equipo de producción	62

Tabla 35. Depreciación equipo de producción	63
Tabla 36. Supervisión de calidad Producto A, B y C.....	64
Tabla 37. Asignación de los costos generales basado en inductores a las áreas del negocio.....	65
Tabla 38. Asignación de los costos generales por proceso Panadería y B.....	66
Tabla 39. Asignación costos generales por proceso Pastelería	66
Tabla 40. Unidades producidas panadería	67
Tabla 41. Unidades producidas pastelería	67
Tabla 42. Cédula costos generales por procesos asignación Producto A.....	67
Tabla 43. Cédula costos generales por procesos asignación Producto B.....	68
Tabla 44. Cédula costos generales por procesos asignación Producto C	68
Tabla 45. Registros de costos Producto A y B	69
Tabla 46. Registro de costos Producto C	69
Tabla 47. Informe de cantidad de producción Producto A	70
Tabla 48. Informe de cantidad de producción diaria Producto B	70
Tabla 49. Informe de cantidad de producción diario Producto C	71
Tabla 50. Informe costo de producción Producto A y B	72
Tabla 51. Informe de costo producción Producto C	73
Tabla 52. Utilidad bruta por producción	74
Tabla 53. Margen de Contribución.....	74
Tabla 54. Gastos de operación	75
Tabla 55. Rol de pagos administración.....	76
Tabla 56. Gasto personal administración	76
Tabla 57. Suministro de aseo área administración	77
Tabla 58. Gasto suministro y materiales.....	77
Tabla 59. Consumo agua área de administración	77
Tabla 60. Gasto alimentación personal administración.....	78
Tabla 61. Gasto control de plagas administración	78
Tabla 62. Gasto arriendo administración	78
Tabla 63. Gasto depreciación	78
Tabla 64. Gasto total administración	79
Tabla 65. Rol de pagos ventas	80
Tabla 66. Rol de beneficios ventas.....	80
Tabla 67. Gasto suministros de aseo ventas.....	81
Tabla 68. Gasto insumos	81
Tabla 69. Gasto consumo agua limpieza	81

Tabla 70. Gasto energía eléctrica ventas	82
Tabla 71. Gasto publicidad.....	82
Tabla 72. Gasto alimentación personal	82
Tabla 73. Gasto control plagas ventas	83
Tabla 74. Gasto arriendo ventas.....	83
Tabla 75. Gasto depreciación maquinaria y equipo y muebles y enseres.....	83
Tabla 76. Gasto total ventas	84
Tabla 77. Estado resultados mensual panadería Gualaceo	84
Tabla 78. Propuesta estrategia	89
Tabla 79. Gasto estrategia empaque.....	89
Tabla 80. Gasto estrategia publicidad	90
Tabla 81. Gasto estrategia participación en eventos	90
Tabla 82. Gasto estrategia recompensa clientes	91
Tabla 83. Gasto estrategia punto de venta.....	91
Tabla 84. Presupuesto estrategias mensual	91
Tabla 85. Estado de resultados aplicando las nuevas estrategias de comercialización	92

Agradecimiento

Agradecemos a Dios por permitirnos terminar una etapa más de nuestra vida, ha sido un camino largo lleno de alegrías y tristezas, queremos agradecer principalmente a nuestros padres quienes nos han dado el apoyo incondicional y motivación para seguir adelante. Agradecemos a nuestra tutora quien nos ha acompañado en este proceso la Ing. Lorena Segarra.

A la administradora de la Panadería y pastelería Gualaceo quien nos abrió las puertas para realizar nuestro trabajo de titulación, sin duda alguna nuestros sinceros agradecimientos por proporcionarnos información cuando lo requerimos.

Agradecemos a nuestros compañeros Andrea, Johanna, Irene, Walter y Bryam quienes nos han apoyado durante la carrera y finalmente agradecemos a todos los docentes que nos han formado para ser excelentes profesionales y servir éticamente durante nuestras vidas.

Dedicatoria

Dedico este proyecto integrador primeramente a Dios quien me ha dado la sabiduría y fuerzas para continuar con mis estudios. A mi familia , principalmente a mis padres Alex y Graciela quienes me han apoyado incondicionalmente para que siga adelante y no dejarme vencer antes las adversidades, a mi hermano Alexander, a mis sobrinos Nicolás y Emilia, a mi cuñada Roxana y a mis abuelos Mercedes y Teodoro. A mi compañero de tesis quien ha sido mi pilar fundamental para concluir con una etapa más de la carrera.

María José Rodríguez

Dedico la realización de este trabajo a Dios por darme las fuerzas y coraje para concluir mi carrera, a mis padres Cecilia y Hernán por estar siempre a mi lado brindándome su apoyo incondicional durante mis estudios y largo de mi vida, a mi hermana Génesis y sobrino Thiago por darme su compañía y brindarme sus mejores consejos para concluir mi carrera. A mis abuelos y tíos por creer en mí y brindarme las fuerzas para seguir con este proyecto y no darme por vencido. A mis jefes y compañeros de trabajo por apoyarme durante todo este proceso. A mi compañera de tesis por acompañarme en este largo camino donde compartimos conocimientos y logramos concluir con éxito este proyecto.

Hernán Sumba Marín

Introducción

En el Ecuador existe diversos negocios panificadores en que su actividad principal es la elaboración de panes, tortas y dulces; a partir de la pandemia la mayor parte de la materia prima como huevos, grasas, harina, levadura incrementaron su valor causando incertidumbre a este sector, debido a que no conocen si están obteniendo ganancias o pérdidas, por esta razón empresas panificadoras requieren de un sistema de costos, asimismo existe emprendimientos nuevos que necesitan de estrategias de comercialización.

La panadería y pastelería Gualaceo a partir del incremento de la materia prima tuvo la necesidad de conocer cómo controlar los costos y gastos además de aplicar estrategias de comercialización para incrementar sus ventas, por lo tanto se realizó el presente proyecto integrador titulado “Diseño de un sistema para controlar costos y gastos en una panadería y pastelería con nuevas estrategias de comercialización” que le permita a la empresa tomar decisiones a favor de la misma. Se estudian datos cualitativos y cuantitativos, es decir se corre una investigación descriptiva analizando el proceso productivo y situacional de la panadería y pastelería Gualaceo.

El proyecto integrador está dividido por 5 capítulos; Capítulo I. Aspectos básicos y metodológicos del negocio panificador; Capítulo II. Marco teórico; Capítulo III. Levantamiento y análisis de información de la empresa; Capítulo IV. Propuesta para controlar costos y gastos e implementación de nuevas estrategias de comercialización; Capítulo V. Conclusiones, limitaciones y recomendaciones.

Capítulo I

Aspectos básicos y metodológicos

1.1 Negocio panificador

En el Ecuador a partir del siglo XVI con la llegada del Monge franciscano Fray Jodoco Ricke trae las semillas de trigo al territorio Ecuatoriano, y a través de su conocimiento en la siembra enseñó a los indígenas a cultivar en la zona del Cañar y así obtener la harina de trigo materia prima principal para la elaboración del pan. En el siglo XVII con la aparición de los primeros molinos se da inicio al consumo de pan en el Ecuador, ya que la harina de trigo era abundante y con ella se elaboran varios productos; desde entonces el pan se convirtió en un alimento esencial para los ecuatorianos (León, 2021) .

En el territorio ecuatoriano la panificación es diversa y depende de cada región. En la región austral del país la provincia del Azuay es reconocida por la diversidad de tipos de pan. En el siglo XVII en los barrios Todos Santos y Vado en la capital de la provincia, se construyeron los primeros molinos debido a la afluencia de las aguas del Río Tomebamba que permitía un buen funcionamiento de los mismos y la obtención de la harina de trigo. En la actualidad estos sectores son reconocidos por las diferentes panaderías existentes en el lugar en donde resaltan los hornos de leña, y el buen sabor de sus panes. También podemos recalcar que en el centro de la ciudad de Cuenca estaban las monjas de la Inmaculada Concepción en 1626 quienes se dedicaban a la panadería, época en la que esta actividad era practicado mayormente por las mujeres, pero con el tiempo se ha vuelto una actividad practicada principalmente por los hombres (Plasencia, 2017).

Actualmente los propietarios de negocios panificadores consideran este trabajo como un arte, el cual ha sido heredado por sus ex jefes y con los años lo han ido mejorando, a través de la adaptación de nuevas técnicas de producción provenientes de otros lugares, perfeccionando recetas y logrando una gran variedad de panes tanto de dulce como de sal. La herencia de este negocio panificador también llegó al cantón Gualaceo, a la familia Vásquez. La familia Vásquez alrededor de 70 años distribuyen sus productos que son elaborados a mano y en hornos de leña a diferentes cantones como Cuenca, Gualaceo, Paute, Sigsig; los miembros de la familia y otros moradores trabajaban en este negocio; llegándose a convertir en un actividad económica fundamental para varias familias gualacenses que aprendieron de este negocio.

1.2 Justificación del proyecto y problematización

En el Ecuador existen variedad de empresas del sector panificador que a pesar de la pandemia aportan al crecimiento productivo, ya que 27 kilogramos de pan anual es el consumo promedio por persona. De acuerdo a la Clasificación Nacional de Actividades Económicas CIIU 4.0 las panaderías pertenecen al sector manufacturero sección C, en la división producción de productos alimenticios (C10), grupo preparación de otros productos alimenticios (C107), clase preparación de productos de panadería (C1071). El valor agregado bruto del sector manufacturero en el año 2021 con respecto a la fabricación de alimentos aumentó del año 2020 al 2021 en un 5,7% (Cámara de Industrias y Producción, 2021).

En el Ecuador en base al Visualizador de Estadísticas Empresariales existen 7677 empresas que elaboran productos de panadería, dentro de la provincia del Azuay hay 716 panaderías que representa el 86,03% el cantón Cuenca y el 4,75% del cantón Gualaceo. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el 2021 las ventas anuales de este sector fue de 306 millones de dólares (USD), generando empleo directo e indirecto que beneficia al crecimiento y fortalecimiento de la economía del país (INEC, 2021).

El sector panificador en el Azuay las ventas anuales fueron de 9 millones de dólares en el 2021, en esta provincia el sector tiene una alta afluencia de consumo de pan principalmente en el cantón Gualaceo, existen más de 34 panaderías de acuerdo al Visualizador de Estadísticas Empresariales. Una de la panadería con mayores ventas en Gualaceo es la Panadería y Pastelería Gualaceo que fue inaugurada en el año 1999 por la señora Rosa, en la actualidad el negocio es administrado por su hija y es considerado uno de los más grandes de este cantón.

El presente caso de estudio Panadería y pastelería Gualaceo es parte del Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE-Emprendedor) y está controlada por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, además posee calificación artesanal emitida por la Junta Nacional de defensa del Artesano. La principal actividad de este negocio es la elaboración de panes con una producción de alrededor 30 tipos, entre los más populares está el pan de casa, pan de galleta y pan de nata, además se dedica a la pastelería y dulcería ofreciendo al consumidor tortas, quesadillas, cake, bizcochuelos, dulce de higo, entre otros.

La Unión de Panificadores del Ecuador afirman que el alza de precios afecta a las pequeñas empresas artesanales ya que al comprar la materia prima lo hacen en pequeñas cantidades, mientras que las empresas industriales que compran al por mayor no se han visto afectadas por el alza de precios porque a mayor consumo de materia prima menor es su costo a diferencia de lo que sucede con la panaderías artesanales.

Según el director de la Unión de Panificadores del Ecuador afirma que el precio de la materia prima del pan se han triplicado en los últimos meses. Las grasas como: margarina, manteca, aceite han subido en un 30%, al igual ocurre con las harinas que tiene un incremento parecido o superior al de las grasas, los huevos han aumentado en un 20%, la levadura tienen un alza entre el 20% al 30 %. Igualmente sucede con otros insumos, como el caso del diésel que se usa para el horneado de pan, pasteles, etc. Debido al aumento de precio de los materiales e insumos, además del necesario control de los costos, la panadería y pastelería Gualaceo aprueba este proyecto para contar con información actualizada e importante para tomar nuevas decisiones.

Para todas las empresas que transforman la materia prima en productos terminados es indispensable el tratamiento de los costos, pues permite mejorar sus procesos y estar preparados ante los cambios del ambiente exterior. En el caso de la panificadora en estudio, es conveniente identificar momentos o situaciones que se logren mayor eficiencia y sobre todo controlar los costos para incrementar la productividad y de hecho la rentabilidad (Cedeño et al., 2019).

El presente estudio considera un análisis situacional del caso en el macro entorno (económico, político, social, tecnológico, ambiental) y micro entorno (clientes, proveedores, competencia) con el objetivo de encaminar estrategias de comercialización que el negocio desea y levantar información sobre las actividades necesarias para la determinación de los procesos u otras actividades. Finalmente propone la entrega de un modelo para que el negocio opte por los registros, reportes y control adecuados de los hechos económicos, centrándose particularmente en el control de los costos y gastos.

El presente estudio del caso de panadería y pastelería Gualaceo, busca dar respuesta a través del estudio de costos y gastos en la determinación del rendimiento del negocio, tomando en cuenta su situación actual e intención de mejora en estrategias comerciales. El conocer el tipo de resultado que genera la empresa y el permitir que se encamine por buenas prácticas de control de costos y gastos en términos generales, genera valor en la empresa para su diferenciación y competitividad.

1.3 Objetivos del proyecto

1.3.1 Objetivo general

Dotar de un diseño para que la panadería y pastelería Gualaceo pueda optar por el control permanente de costos y gastos, considerando que el negocio intenta nuevas estrategias de comercialización para ser competitivos en el sector panificador del cantón Gualaceo.

1.3.2. Objetivos específicos

1. Realizar un análisis situacional del negocio.
2. Identificar los recursos y medir los elementos del costo de producción, gastos administrativos, gastos de ventas y otros que se generan en la actividad del negocio de la panadería y pastelería.
3. Considerar las nuevas estrategias de comercialización posibles en el negocio.
4. Proponer un diseño para que se lleve un control de costos y gastos en la empresa.

1.4 Metodología del proyecto

1.4.1 Tipo de investigación y método de investigación

Se analiza el negocio de Panadería y Pastelería Gualaceo. Se realiza inicialmente un trabajo in-situ con el objetivo de comprender el proceso productivo y recopilar información de acuerdo a la situación real de la empresa. Se enfoca en una investigación descriptiva que analiza datos cuantitativos y cualitativos a través de distintas técnicas de recaudación de información. Se analiza la empresa, su proceso productivo, de gastos y formas de comercialización.

Para la recopilación de los datos cuantitativos se revisan documentos con información numérica proporcionados por la panadería, en cuanto a los datos cualitativos se obtienen a través de la observación y análisis de datos.

1.4.2 Métodos de recolección de datos

Se cuenta con información primaria económica financiera obtenida del negocio a través de documentos proporcionados por la empresa; observación y registro de detalles en fichas tanto para el proceso productivo, como para su forma de comercialización y administración. Se realizan constantes entrevistas a funcionarios. El uso de bibliografía se basa en acceso a biblioteca física y digital para textos y bases de la Universidad de Cuenca; en fuentes que respaldan estudios de costos y gastos.

Capítulo II

Marco teórico

2.1 Costo y gasto

En las pequeñas empresas los costos son considerados una inversión en la fabricación de sus productos, es decir, se relacionan con el proceso de producción donde se involucra la materia prima, mano de obra y los costos generales, cuyo valor queda incluido en el producto elaborado. La ausencia del control de los costos hace que aumente el riesgo financiero y esto genera que la empresa pierda con el tiempo (García, 2014).

Para las pequeñas empresas llevar el control de los costos es fundamental puesto que es una herramienta estratégica donde se presentan los resultados operacionales, además identifican cuáles son las fortalezas o debilidades de cada departamento de producción, con ello tomar decisiones futuras, así mismo se le considera una herramienta esencial para planear y monitorear los ingresos y egresos con ayuda del tratamiento contable (Pineda, 2013).

El tratamiento contable de los costos se presenta como activo circulante dentro del balance general por medio de la cuenta inventario de materia prima e inventario de productos terminados. En el estado de resultados se registran los costos de producción en la cuenta costo de ventas de acuerdo a la demanda de los productos terminados el cual contribuye a optimizar los resultados operativos y financieros (García, 2014).

Por su parte, los gastos son desembolsos o devengos que se identifican con intervalos de tiempo y no están dentro del proceso productivo, es decir, el valor no se incorpora en los productos elaborados, pero son necesarios para el funcionamiento del negocio, estos no tienen la posibilidad de generar ingresos futuros debido que se registran en el estado de resultados con valor negativo, al igual se adicionan los costos expirados o muertos que se han dado dentro del período; se clasifican en gastos administrativos, gastos de ventas y gastos financieros (García, 2014).

Los gastos de administración son aquellos desembolsos en servicios públicos, remuneraciones, pólizas de seguros, depreciaciones, entre otros ocasionadas por el departamento administrativo. Los gastos de ventas son desembolsos causados por el departamento de ventas en pagos de publicidad, servicios públicos como agua y energía eléctrica, arriendo, depreciación de maquinarias, entre otros. Los gastos financieros se

derivan de la financiación fuera de la empresa a través de entidades bancarias (Balanda, 2005).

Los gastos en el Estado de Resultados según la Norma Internacional de Contabilidad 1 se pueden reconocer y presentar utilizando una clasificación basada en la naturaleza o en la función de ellos dentro de la entidad, lo que proporciona una información fiable y más relevante. Se agruparán de acuerdo con su naturaleza como por ejemplo depreciación, compras de materiales, costos de transporte, beneficios a los empleados, costos de publicidad, etc., o según su función como por ejemplo, costos de actividades de distribución, costos de actividades de administración, etc.

2.2 Los costos en las empresas

En las empresas los costos se determinan en la fabricación de bienes y prestación de servicios por medio de sistemas de información que presentan métodos y procedimientos para ser determinados, predeterminados, registrados, acumulados, controlados, analizados, interpretados, reportados y con ello conseguir adecuadamente las metas propuestas dentro de una empresa (García, 2014).

En las organizaciones registrar e informar sobre los costos es importante ya que la productividad y la tecnología industrial ha provocado que las empresas se especialicen en modos de producción, además emplean estrategias para mejorar la producción evaluando las cantidades de inventarios y conociendo las utilidades (Barriga et al., 2020).

Según García (2014) la contabilidad de costos:

Determina costos totales y unitarios de los productos terminados con el fin de presentarlos en los estados financieros controlando los costos innecesarios en el proceso productivo para la obtención de la utilidad, a través de la identificación de los costos de productos vendidos con el objetivo de tener información para toma de decisiones en beneficio de todas las áreas de una empresa.

2.3 Elementos del costo

Para elaborar productos terminados es esencial transformar las materias primas por medio de los tres elementos del costo para obtener el costo de producción.

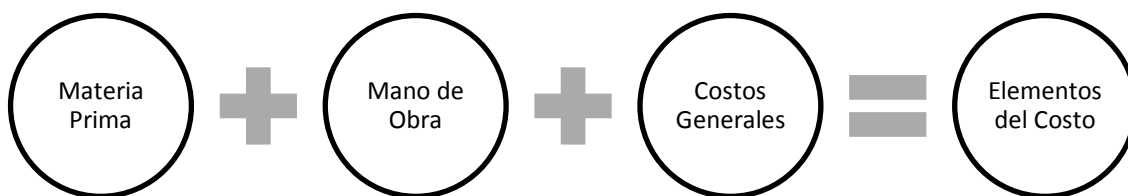
Primero, la Materia Prima es el recurso principal que se necesita en la fabricación de un producto y está sometido a transformaciones ya sea físicos o químicos antes que sean

vendidos como productos terminados. La materia prima es fundamental en empresas manufactureras, pues es necesaria para la producción de bienes y su gestión depende de la viabilidad del negocio (Polimeni et al., 1989).

Luego, la Mano de Obra hace referencia al esfuerzo humano intelectual o físico desempeñado por un trabajador requerido para obtener un producto, es decir, transformar la materia prima de un estado a otro con la ayuda de la tecnología (Zapata, 2015).

Finalmente, los Costos Generales son aquellos que se acumulan en la producción y se distribuyen entre las actividades propiamente de producción. Algunos ejemplos son el arriendo para producción, energía eléctrica, consumo de agua, depreciación del equipo de producción que se utiliza el área de producción. Estos pueden clasificarse como costos fijos, variables y mixtos para mayores análisis (Zapata, 2015).

Figura 1
Elementos del costo



2.3.1 Distribución de costos generales (CG)

Con el fin de cargar los CG a la producción, la empresa determina criterios o inductores según los rubros y para la distribución final de acuerdo a una base adecuada. Las empresas que poseen un sistema de costos por procesos no necesitan la tasa predeterminada debido a que normalmente se trabaja con costos reales ya que la producción es continua por tanto se conocen los CG al finalizar el periodo (Barajas, 2010).

Los inductores de costos son utilizados en el sistema de costeo por procesos para establecer los CG al departamento o área para luego ser asignados a cada uno de los productos. Se identifican los CG para determinar un inductor a cada uno de ellos (Soto & Vásquez, 2009).

2.3.2 Resumen de conceptos importantes

- Costo de producción es la suma de los tres elementos del costo, generados en el área de producción.
- Gasto de operación son todos los gastos en ventas, administración y financieros.

- Costo total se trata del costo de producción más gastos de operación.

2.4 Clasificación de los costos

Existen gran variedad de clasificaciones según las necesidades de análisis. Los costos según García (2014) se pueden clasificar por ejemplo en relación al volumen de producción, por su identidad, por el alcance, por el momento en que se determinan, por su control, entre otros. Por la finalidad del presente estudio, se conviene en describir solamente cuatro clasificaciones.

Con relación al volumen, varían de acuerdo al nivel de producción y se clasifican en costos variables, costos fijos y costos mixtos, varían de acuerdo a la fabricación. Los costos variables se modifican de acuerdo a la cantidad de producción mientras los costos fijos están constantes en cierto periodo independientemente del volumen de operaciones ejecutadas, finalmente los costos mixtos es la combinación de los costos fijos y variables que se subclasifican en semivARIABLES y costos escalonados.

Los costos según el alcance, se clasifican en costos totales y costo unitario; los costos totales hacen referencia a la acumulación o totalidad de los costos implicados en la fabricación del producto y es preciso conocer los costos de producción al fabricar bienes o prestar servicios, mientras que los costos unitarios se obtienen dividiendo los costos finales para la producción de las unidades.

La clasificación según el momento en el que se determinan considera a costos reales o históricos y costos predeterminados; los costos reales se establecen durante o después de finalizar el período y se generan a través de documentos y tablas que consta el valor de cada elemento del costo, mientras que los predeterminados se fijan por anticipado utilizando aproximaciones que les considere normales.

Y por último, los costos según a en dónde se originan, se presentan los costos de producción necesarios para la fabricación de un producto, costos administrativos son aquellos que se dan por la organización y gestión del negocio y los costos de ventas hace referencia a los costos incurridos en la venta de los productos fabricados.

2.5 Sistemas de costos

2.5.1 Sistema de costos por órdenes de producción

Es un sistema de carácter lotificado e interrumpido en la que se realiza por órdenes específicas y concretas de elaborar artículos a través de una orden de producción donde

constan los elementos del costo. Para encontrar el costo unitario se divide el costo total de la producción para las unidades elaboradas. Este sistema se usa en empresas que funcionan a través de pedidos o lotes y por cada orden se actualiza los costos (García, 2014).

2.5.2 Sistema de costos por procesos

Es considerado un sistema tradicional en que la fabricación se realiza de manera continua por periodos mensuales, bimestrales, semestrales o anuales y se realiza en grandes volúmenes a través de una serie de procesos. Es usado por organizaciones de producción masiva como textiles, plástico, vidrios, alimentos procesados, además de empresas prestadoras de servicios básicos (García, 2014).

En ciertas empresas almacenan la producción en centro de costos en períodos productivos continuos, donde la elaboración de cada producto pasa por cada departamento o procesos paralelos independientes, hasta conseguir el producto final. Se pueden producir desde un producto unitario en una línea, producción de varios artículos a través de líneas independientes, producción que transita por procesos semejantes y producción de un artículo obtenido al unir partes que transitan por líneas independientes (Zapata, 2015).

Los procesos son etapas donde ocurren transformaciones físicas o químicas en un producto. Una de las características de este sistema es que es usado en empresas donde su producción es en grandes volúmenes y continúa a través de varios procesos donde se determina los costos totales y unitarios de cada proceso. En los informes se ven reflejados los elementos del costo como unidades equivalentes y costo de producción, además este sistema se puede implementar con la utilización de costos históricos, predeterminados y estándar. La producción continua quiere decir que las operaciones de un producto es secuencial (García, 2014).

2.5.2.1 Propósitos del sistema de costos por procesos

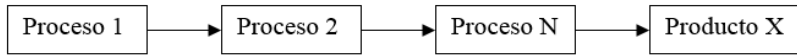
- Identificar los costos totales y unitarios en los elementos del costo de cada proceso que conlleva la producción en un tiempo determinado, esto se realizará a través de un centro de costos (Zapata, 2015).
- Controlar los elementos del costo de acuerdo a los valores proporcionados del centro de costos, dichos datos se migran a los informes el cual permite el control de la producción (Zapata, 2015).

2.5.2.2 Tipos de producción

Producción de un Artículo por una Línea. Este tipo de producción es aquella en la que la empresa realiza un solo producto.

Figura 2

Producción de un artículo por una línea



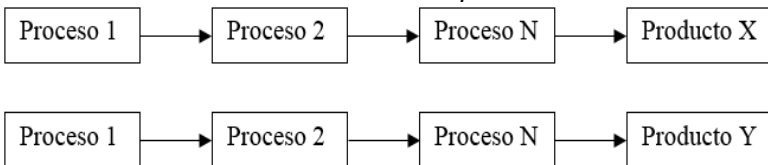
Fuente:(Zapata, 2015)

Producción Varios Artículos Líneas Independiente.

Producción la empresa realiza distintos artículos que son elaborados en las instalaciones independientes.

Figura 3

Producción varios artículos líneas independientes

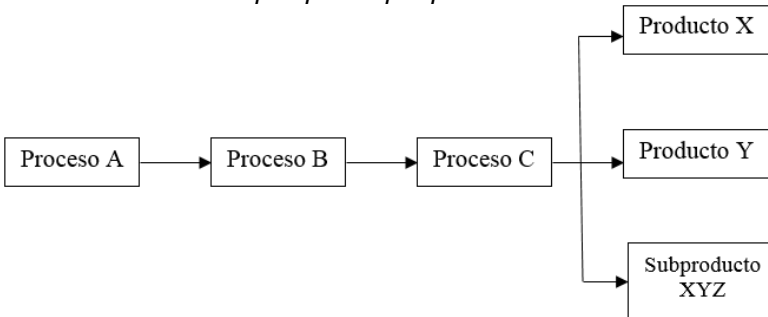


Fuente:(Zapata, 2015)

Producción Artículos que Pasan por Procesos Comunes. En este tipo de producción se obtiene de un material varios productos que poseen terminaciones diferentes.

Figura 4

Producción artículos que pasan por procesos comunes

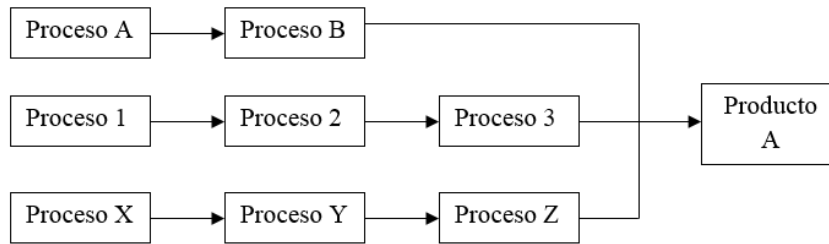


Fuente:(Zapata, 2015)

Producción de un Artículo de Unir Partes que Transitan por Líneas Independientes.
Fabricación en secciones

Figura 5

Producción de un artículo de unir partes por líneas independientes



Fuente:(Zapata, 2015)

2.5.2.3 Informes

Informe de producción de cantidad. Se maneja para indicar las unidades terminadas y transferidas (García, 2014).

Informe de costo de producción. Este informe da a conocer las unidades terminadas, también está la distribución de los costos por unidades terminadas y transferidas en el que consta los costos unitarios y costos totales (García, 2014).

2.5.2.4 Tipos de Inventarios en el sistema de costos por procesos

Existen tres tipos de inventarios en el sistema de costos por procesos:

- Costos por procesos que tienen inventario inicial cero e inventario final de productos en proceso cero, las unidades elaboradas que empieza el periodo son terminados al final de toda la producción.
- Costos por procesos que tienen inventario inicial de procesos cero e inventario final de productos en proceso, donde las unidades realizadas al inicio de la producción no se terminan al finalizar el periodo.
- Costos por procesos que poseen inventario inicial e inventario final de productos en procesos, es decir, que posee unidades realizadas de otros periodos o departamentos y además quedan en proceso unidades fabricadas en el periodo (Polimeni et al., 1989).

2.6 Administración de los inventarios

Los inventarios son todos los bienes que tiene una organización necesarios en la transformación de sus productos, por ello se encuentra inventarios de materia prima, inventario de productos en proceso e inventario de productos terminados, materiales de empaques entre otros con el fin de poseer cantidades de inventarios pertinentes para obtener eficiencia al momento de producir (García, 2014).

El manejo de los recursos en las organizaciones ayuda al cumplimiento de los objetivos, mediante su identificación, control y registros adecuados no solo se obtienen objetivos financieros sino se cuenta con un buen desempeño para una mejorar la productividad.

2.6.1 Clasificación de los inventarios

Según (García, 2014) los inventarios tienen la siguiente clasificación:

Inventario de materia prima: Son aquellos materiales directos que han seguido un proceso de transformación químico o físico.

Inventario de productos en proceso: Son los materiales que han sufrido un proceso de transformación pero no están terminados ya que requieren más materiales para finalizar su proceso.

Inventario de productos terminados: Son aquellos destinados para la venta y que ya pasaron por un proceso de transformación.

Otros inventarios: Son los productos que permiten la operación de la empresa tanto de la fábrica como de la oficina.

2.6.2 Método de valoración del inventario

Según García (2014) la valoración de los inventarios es:

Método PEPS: Hace referencia que los primeros inventarios adquiridos son los que se ocupan primero, es decir, quedando las últimas adquisiciones en existencias.

Método promedio ponderado: Este tratamiento de valoración del costo de los inventarios se promedia, es decir, al adquirir materiales se actualiza el costo realizando un promedio.

2.7 Capacidad

El término capacidad es un límite o restricción de lo que se va a elaborar, existen dos tipos capacidad teórica y práctica. La capacidad teórica hace referencia a la eficiencia en todo momento, no toma en cuenta lo que sucede con empleados, maquinaria o interrupciones ocasionales dentro de la producción, es decir, que la capacidad teórica es inalcanzable en el mundo real, para una empresa es el objetivo que se debe cumplir (Balanda, 2005).

La capacidad práctica refleja la realidad de producción en una organización, toma en cuenta todas las interrupciones como días festivos, mantenimientos, rotación del personal u otras interrupciones que sucedan en la transformación de productos y/o prestación de servicios. El administrador debe tomar en cuenta la producción de acuerdo a su capacidad para cubrir las necesidades de sus clientes (Balanda, 2005).

2.8 Comercialización

Comercialización son acciones que realiza una empresa para introducir productos a un sistema de distribución para que los consumidores conozcan de un nuevo producto, con el objetivo de adquirir nuevos clientes y llegar a un distinto mercado, haciendo que prefieran una empresa y no a los competidores que distribuyen productos parecidos. Para lograr la comercialización lo primero que se debe realizar es enfocar al mercado y al cliente que se quiera alcanzar, segundo investigar a los competidores y finalmente ofertar un producto que compense todas las necesidades de nuevos clientes.

El mercado es el espacio donde se compran o venden productos que viene de una organización hasta llegar a los consumidores, es decir, que se comercializa productos de una organización, este espacio interactúan compradores y vendedores con el fin de satisfacer sus intereses y objetivos.

Al igual la comercialización es vender bienes o servicios en un mercado físico o virtual donde interactúan los clientes para satisfacer sus necesidades e intereses asignados al comprar o vender los productos y/o prestación de servicios, por esta razón el mercado es indispensable para que se dé la comercialización (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), 2018).

Existen empresas que desconocen el concepto real de comercialización consideran que es vender bienes o servicios al mercado para llegar al cliente a través de promociones, pero según la Organización Internacional del Trabajo “*La comercialización es identificar las necesidades del cliente y satisfacerlas mejor que sus competidores para obtener una ganancia*”. Para aplicar la comercialización se necesita aplicar las 7P, los cuales son pilares fundamentales en el mercadeo (Organización Internacional del Trabajo, 2016).

2.8.1 Estrategias de comercialización

Las estrategias de comercialización son acciones organizadas y planeadas por la administración de un negocio para cumplir con los objetivos planteados, es decir, la mezcla

de las 7 estrategias: producto, precio, punto de venta, promoción, personal, presentación y proceso. Las 7 p se aplican para llegar a los objetivos planteados vinculados con el mercado, ayudan a impulsar y promover productos a un mercado para incrementar las ventas, además son pilares fundamentales para impulsar estrategias efectivas de comercialización hacia la toma decisiones (Arechavaleta, 2015).

Las 7 estrategias de comercialización son:

- **Producto** son los bienes o servicios que una empresa da a conocer a sus clientes para satisfacer las necesidades de consumo.
- **Precio** es el valor monetario que se determina a través del análisis de costo e indagación del mercado realizado previamente en el que se asigna el precio de venta de un producto.
- **Punto de venta** es el establecimiento que se comercializa el producto y/o servicio, es decir, lugar físico donde distribuye los productos a los clientes.
- **Promoción** es informar, ofrecer y convencer al cliente sobre los productos y ofertas que tiene una organización para cumplir con los objetivos organizacionales.
- **Personal** son los empleados directos e indirectos esenciales en las organizaciones calificadas en cada área de trabajo para realizar cada tarea para el funcionamiento de la organización.
- **Procesos** es la documentación, procedimientos, sistemas, mecanismos e indicadores en el que llegan los productos y/o servicios al cliente con un nivel de calidad.
- **Presentación** en este punto los clientes se llevan las primeras impresiones del establecimiento donde opera y hace referencia a los distintivos que la empresa coloca a sus productos como: etiquetas, fundas preimpresas con su marca entre otros.

2.9 Importancia de un análisis situacional

Se determina la situación actual de una empresa en aspectos externos e internos y se conoce cómo estos factores influyen en el entorno que se encuentra para expandir un mercado o establecer nuevas estrategias de comercialización. Con el análisis situacional se puede impulsar la venta de nuevos productos, ampliar el mercado y llevar un control de los costos de los productos que produce, asimismo tomar decisiones que permita cumplir con los objetivos organizacionales (Taipe & Pazmiño, 2021). En el análisis situacional los factores que se estudian son los siguientes:

- Macroentorno

- Microentorno

2.9.1 Macroentorno

Son todos los factores externos que perjudican el desempeño de una empresa en el que se identifican las oportunidades o amenazas. Según Taipe & Pazmiño (2021) los siguientes factores del macroentorno son:

- **Económico:** Hace referencia al poder adquisitivo, los ingresos y gastos que las personas poseen y cómo está la economía del país.
- **Político:** Son todas las leyes del país que se encuentran vigentes o leyes decretadas por el gobierno que benefician o perjudican a la empresa de acuerdo a sus operaciones.
- **Tecnológico:** Son tecnologías que se encuentran en el mercado, donde una empresa adquiere nueva maquinaria con el objetivo de mejorar su productividad.
- **Social:** Son costumbres o valores que influyen en el comportamiento social y por ende perjudican a una organización.
- **Ambiental:** Regulaciones ambientales que obligan a la industria a no dañar el medio ambiente.

2.9.2 Microentorno

Son todos los aspectos internos donde se identifican las debilidades y fortalezas de una empresa.

Según (Taipe & Pazmiño, 2021) los factores microentorno son los siguientes:

- **Clientes:** Son las personas que compran los productos para satisfacer sus necesidades.
- **Proveedores:** Son las empresas que proveen de materia prima o insumos para llevar a cabo la fabricación de un producto.
- **Competidores:** Son las empresas que ofrecen el mismo producto en un mercado.

Capítulo III

Levantamiento y análisis de la información

3.1 Antecedentes

La Panadería y pastelería Gualaceo inició hace 27 años como una tienda en una avenida importante de Gualaceo, la Av. 3 de Noviembre e Ignacio Jaramillo por iniciativa de la señora Rosa Banegas, los principales productos que vendían eran arroz, azúcar, golosinas, gaseosas, pan de galleta, entre otros. El pan de galleta era producido a mano y horneado en un horno de dos gavetas. A partir del año 1999 deciden vender únicamente productos de panadería y algunos dulces tradicionales del cantón, además adquiere un horno de 12 gavetas y con sus 3 hijos expande el negocio. El producto con mayor venta en esa época era el pan de casa que adquirían varios clientes de la provincia del Azuay.

En el año 2007 ante el incremento de la demanda de los productos que vende el negocio deciden cambiar de ubicación y adquirir nuevo equipo para la producción, el nuevo local estaba en el centro del cantón Gualaceo en las calles Luis Ríos Rodríguez y Cuenca.

En el año 2010 se trasladó a un local ubicado en el centro del cantón, en este negocio no solo vendía productos de panadería sino incursionan en el mercado de la pastelería, en esta época vendían aproximadamente 30 tipos de panes y productos de pastelería como: tortas, brazos gitanos, 3 leches, entre otros. La panadería en este nuevo local logró mayor demanda en sus productos por ello adquiere nuevo equipo de fábrica. Pasaron de producir a mano a tener una producción agilizada con la ayuda del nuevo equipo de producción ya que la demanda era mayor por tanto exigía que la producción sea más rápida.

En la actualidad es una empresa panificadora dedicada principalmente a la fabricación y comercialización de panes, tortas y dulces directamente al consumidor. La panadería no posee un sistema de costeo para los productos que elabora, a partir del incremento de precio de la materia prima tienen la necesidad de implementar un sistema de costos, además determinar los gastos incurridos en un periodo y proponer estrategias de comercialización para ser líder en el mercado panificador en Gualaceo.

3.2 Análisis situacional

Se realiza un análisis tanto interno como externo que ayuda a analizar factores que beneficien o afecten el desempeño de la empresa con el fin de conocer el estado actual y determinar cómo el entorno afecta directamente a las operaciones diarias de la empresa. Los aspectos

externos que se analizan son económico, político, social, tecnológico, ambiental que no son controlados por la empresa, en cuanto a los aspectos internos se analizan clientes, proveedores, competencia que son controlados por el negocio.

3.2.1 Macroentorno

3.2.1.1 Económico

En Ecuador el 99% de las empresas que existen son PYMES que ayudan a la regeneración y protección del empleo, tras la pandemia el 25% de panaderías cerraron. Según el Servicio de Rentas Internas 1.329 panaderías nuevas abrieron y actualmente existen 15,499 en el territorio ecuatoriano.

Según la Federación Nacional de Maestros Panaderos existen 6.500 panaderías artesanales de acuerdo a sus registros, el 15% de las personas que se dedican a este negocio tienen instrucción formal, estas empresas generan empleo directo a 22.000 familias ecuatorianas y el dinero que se invierte en el sector es de alrededor 300 millones al año con el fin de cumplir las necesidades de los ecuatorianos. La industria panadera produce 27 kilos de pan al año por habitante que representa el 26% de los gastos en una familia pobre y el 1% en una familia de clase alta (Líderes, 2021).

La organización U.S. Wheat Associates de acuerdo a un estudio en panadería dice que Ecuador tiene el consumo más bajo de pan en América Latina en comparación con Argentina y Chile cuyo consumo per cápita es de 80 y 90 kilos, cifra que es recomendada por la Organización Mundial de la Salud, por tal motivo es sustancial que la industria siga creciendo.

Para lograr que la industria panadera crezca se necesita tecnificar los procesos con el fin de alcanzar rentabilidad en el negocio y encontrar estrategias para llegar al consumidor. El gobierno nacional en conjunto con asociaciones y empresas públicas realiza capacitaciones, asesorías para tecnificar la producción y lograr una buena calidad en el producto.

3.2.1.2 Político

Tras la pandemia el sector panificador busca la reactivación económica pues el pan es uno de los 20 productos más consumidos según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos pero con el alza de precios de la materia prima como la harina, manteca, aceite y otros insumos perjudica el crecimiento del sector, por ello el Gremio de Panificadores del Azuay ha buscado el diálogo con el presidente Guillermo Lasso para que se pueda importar

la materia prima sin aranceles debido que Ecuador es un país que no produce trigo y el que se produce no abastece a nivel nacional, igualmente se permita importar grasas de calidad puesto que es el insumo con mayor incremento (Zambrano, 2022).

Importar permite a los panificadores artesanales conseguir materia prima a menor precio ya que en la actualidad han disminuido tanto su producción como el personal para que no se vean afectados. En el 2017 cuando existió la subida de precio de la harina a \$52 el quintal la Federación Nacional de Maestros Panaderos solicitó al Gobierno de turno les permitiera importar el saco de harina el cual se conseguía a \$28 en el exterior (Ramón, 2022).

3.2.1.3 Social

Las panaderías son negocios de herencia familiar importantes en la sociedad puesto que ayuda a la económica de muchas familias ecuatorianas, esta actividad no ha sido valorada desde la antigüedad convirtiéndose hoy en día un sector esencial. El pan es un producto indispensable en las mesas de los ecuatorianos por este motivo las panaderías se han convertido en un motor social donde se fortalece la amistad de la vecindad. Durante la pandemia los maestros panaderos fueron parte del grupo de primera línea ya que no dejaron de trabajar en el confinamiento causado por covid19.

3.2.1.4 Tecnológico

En la actualidad el sector panificador está creciendo debido a que existe maquinaria de última tecnología para que los pequeños y medianos negocios opten por la tecnificación con el fin de mejorar los procesos y técnicas en la panificación, además implementar canales digitales que permitan ser más productivos. Por medio del internet se promocionan los productos a través de Facebook (redes sociales), página web y realizar e-commerce se llega a más clientes (Flores, 2021).

Hoy en día las necesidades de las panaderías son más exigentes como tener una producción rápida y de calidad, que el personal sea calificado por ello algunas asociaciones realizan capacitaciones en línea o crean escuelas online para que el personal cuente con conocimientos para mejorar la procesos de producción y sabor de los productos que venden (Flores, 2021).

3.2.1.5 Ambiental

Para el cuidado del medio ambiente las empresas compran la materia prima a proveedores que están comprometidos con cuidar el ambiente, del mismo modo las panaderías al vender sus productos utilizan bolsas de papel biodegradable que no afectan al planeta. Las empresas panificadoras toman en cuenta los residuos que provocan los procesos de producción con el objetivo de reducir el impacto ambiental (Palou, 2017).

Según estudios realizados en la Universidad de Sheffield al cultivar el trigo ocasiona gases de efecto invernadero los mismos que provocan calentamiento global, así mismo en los cultivos se utilizan fertilizantes que contienen metano, amoníaco o dióxido de carbono que provocan gas de efecto invernadero.

3.2.2 Microentorno

3.2.2.1 Clientes

La panadería y pastelería Gualaceo se ha caracterizado por vender sus productos directamente al consumidor, sus clientes potenciales son de Gualaceo y tiene un alcance a sus parroquias aledañas como Daniel Córdoba Toral, San Juan del Cid, Mariano Moreno, Remigio Crespo Toral, , Jadán, Zhidmad , Luis Cordero Vega y también clientes de otras ciudades que visitan el cantón. La panadería igualmente ofrece sus productos a través de redes sociales como Facebook y WhatsApp donde sus clientes pueden realizar sus pedidos con anticipación para alguna ocasión especial puesto que en la panadería también vende pasteles, dulces y cuenta con servicio a domicilio por medios de delivery llegando así a más clientes.

Figura 6
Redes Sociales



Fuente: Panadería y pastelería Gualaceo

3.2.2.2 Proveedores

La panadería cuenta con varios proveedores de materia prima para la fabricación de sus productos, Levapan provee de levadura y esencias, Corporación Superior proporciona la harina y Dasamdist Cia. Ltda. distribuye las grasas, en cuanto a los huevos y queso es adquirido a pequeños productores con el fin de ayudar e incentivar el crecimiento de sus emprendimientos.

Figura 7
Proveedores



Fuente: Levapan y Corporación Superior

3.2.2.3 Competidores

Los principales competidores son aquellos negocios similares que ofertan los mismos productos, mediante un recorrido de la zona se pudo observar cuales son los competidores directos y encontramos las siguientes:

Tabla 1
Competencia panadería y pastelería Gualaceo

Competencia Mercado Panificador			
N°	Nombre panadería	Dirección	Logo
1	Panadería y pastelería Dulce café	Calle Vicente Peña Reyes y Colón	
2	Panadería y pastelería Dulce Tradición	Calle Vicente Peña Reyes y Cuenca	
3	Panadería y pastelería Genovesa	Manuel Guillen y Vicente Peña Reyes	

4	Panadería y pastelería Punto del sabor	Av. Jaime Roldós y Vicente Peña Reyes	
5	Panadería El Trigal	Calle 9 de Octubre y Manuel Reyes	
6	Panadería Lolita	Av. Benigno Vásquez y Jaime Roldós	
7	Panadería Panera	Av. Jaime Roldós y 9 de Octubre	
8	Panadería y pastelería La Delicia	Av. Jaime Roldós y Colon	
9	Panadería San Luis	Calle 9 de Octubre y Luis Salazar Bravo	
10	Panadería y pastelería Canelita	Calle 9 de Octubre y Manuel Reyes	
11	Panadería y pastelería el Punto Caliente	Calle Cuenca y Manuel Moreno	
12	Panadería Guadalupe	Calle Vicente Peña Reyes y Vázquez Correa	
13	Panadería Vásquez	Av. Jaime Roldós y 3 de Noviembre	

14 Panadería y
pastelería Don Pepe Calle Cuenca y Luis Cordero



3.3 Plan Estratégico

Se propone al negocio el siguiente plan:

Misión

Ser una empresa líder en el mercado panificador del cantón Gualaceo brindando un servicio personalizado y ofreciendo panes, pasteles y dulces de la mejor calidad para los clientes bajo las normas de higiene.

Visión

En el 2022 ser reconocidos a nivel de la ciudad por elaborar productos de excelente calidad al mejor precio y estar innovados en el sector panificador.

Objetivos

- Elaborar pan y tortas a un precio accesible y a su vez ofrecer un servicio personalizado a todos los clientes.
- Ser reconocidos por ofrecer productos innovadores y tener un equipo de trabajo capacitado para ser competitivos dentro del cantón Gualaceo.

Valores

Panadería y pastelería Gualaceo se basa en los siguientes valores para un buen ambiente de trabajo:

- **Respeto:** las actividades productivas de la empresa tanto de venta y producción están a la par y cada integrante del equipo de trabajo es tratado igual, respetando sus derechos.
- **Calidez:** todo el equipo de trabajo de panadería y pastelería Gualaceo brinda un servicio con amabilidad, cordialidad, respetando a los clientes con el fin de lograr un ambiente de confianza.
- **Compromiso:** cumplir con las metas propuestas por la empresa y los requerimientos de los clientes para un buen ambiente laboral.

- **Cooperación:** todos los integrantes del equipo de trabajo tienen el espíritu de cooperación para resolver problemas dentro de la empresa y lograr los objetivos propuestos.

Políticas

- Trabajar en equipo conjuntamente con las áreas de la empresa para cumplir con la producción diaria.
- Ofrecer un servicio de calidad e inigualable a todos los clientes.
- Elaborar pan, tortas y dulces con excelente calidad de acuerdo al eslogan de la empresa “El placer de hacer pan”.

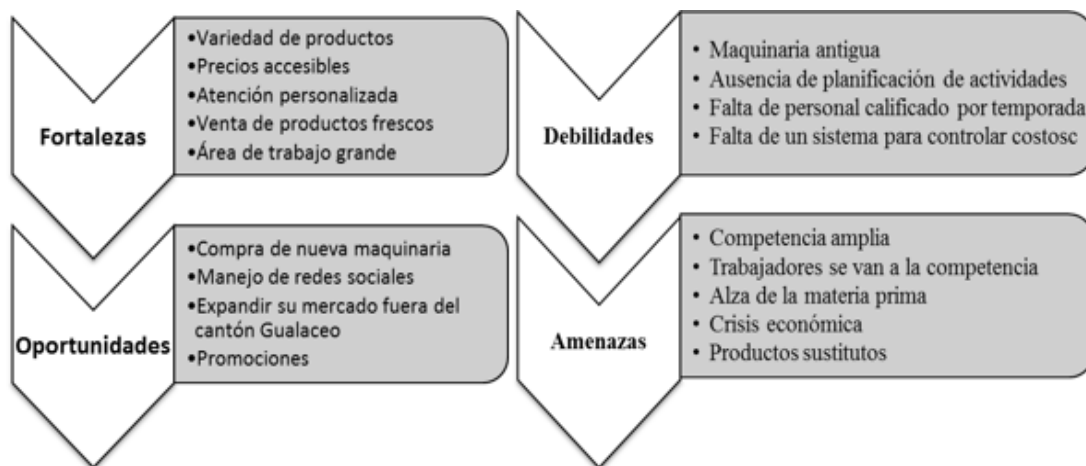
FODA

FODA es una evaluación que realiza una organización para diagnosticar la situación interna, es decir, sus fortalezas y debilidades, así mismo evalúa la situación externa las oportunidades y amenazas con la mayor objetividad de cada una de las características que posee la empresa.

A continuación se presenta el FODA que tiene la panadería en el cual incluye la situación interna y externa de la misma.

Figura 7

FODA



Fuente: Panadería y pastelería Gualaceo

Productos de la línea de la panadería

La panadería y pastelería Gualaceo elabora diferentes tipos de productos derivados de la harina de trigo. Estos productos se refieren a cakes, galletas, tortas y panes. (Anexo 1)

En la siguiente tabla se presentan los productos más vendidos dentro de la Panadería y pastelería Gualaceo.

Tabla 2

Productos con mayor venta

Panadería y pastelería Gualaceo		
Tipo	Nombre	Imagen
Sal	Pan de casa	
Sal	Pan de choclo	
Sal	Pan de galleta	
Dulce	Pan de canela	
Dulce	Pan de coco	
Dulce	Pan de chocolate	
Dulce	Quesadillas	
Dulce	Biscochos para tortas	

Fuente: Panadería y pastelería Gualaceo

Existen varios productos dentro en este negocio que se elaboran diariamente y otros que su producción es variable o se producen pasando un día. Estos datos se obtuvieron a través de un análisis de las listas que se emite para que la fabricación de los productos al recolectar datos de 30 días. Son 12 productos de panadería que se elaboran diariamente mientras 15 productos tienen una producción variable (Anexo 2).

3.4 Levantamiento de recursos

En el negocio se requieren recursos de bienes, humanos y otros que se requieren para la producción y/o comercialización. Para el uso de todos los recursos el financiero es transversal.

3.4.1 Recursos de bienes

Estos recursos son indispensables para la elaboración y venta de los productos, entre ellos están los equipos y herramientas necesarias en la producción. Los principales equipos que posee el negocio para su funcionamiento son la amasadora, batidora, horno giratorio, horno artesanal, balanza digital, cámara de leudo. Además dispone de herramientas que facilitan la producción y venta como divisora de masa, mesas de acero inoxidable, estantes, coches para pan, frigoríficos, vitrinas pasteleras, mostradores, caja registradora, paneras entre otros. Los valores obtenidos de los equipos y herramientas que cuenta el negocio son proporcionados por la propietaria quien posee facturas de estos materiales. Accede también a la materia prima para la elaboración de panes, tortas y dulces como harina, manteca, margarina, levadura, sal, azúcar, huevos, queso, jaleas, chocolates y demás.

Tabla 3
Equipo y herramientas Panadería y pastelería Gualaceo

Área	Cantidad	Descripción	Valor Total
Equipos de Fábrica			
Panadería	1	Balanza digital	\$ 200,00
Panadería	1	Amasadora	\$ 3.600,00
Panadería	1	Horno giratorio 16 latas	\$ 9.000,00
Pastelería	1	Batidora de 10 litros	\$ 800,00
Pastelería	1	Batidora de 30 litros	\$ 2.700,00
Pastelería	1	Frigorífico	\$ 700,00
Pastelería	1	Balanza digital	\$ 100,00
Pastelería	1	Microondas	\$ 210,00
Pastelería	1	Horno artesanal	\$ 1.000,00
Ventas	3	Frigoríficos	\$ 1.800,00
Ventas	1	Vitrina pastelera	\$ 1.500,00

Herramientas			
Panadería	1	Mesa acero inoxidable	\$ 600,00
Panadería	1	Divisora de masa	\$ 800,00
Panadería	100	Latas de pan de 45 x 60 cm	\$ 2.500,00
Panadería	2	Espátula	\$ 6,00
Pastelería	15	Latas	\$ 225,00
Pastelería	1	Estante	\$ 200,00
Pastelería	Varios	Moldes, espátulas, bolillo	\$ 100,00
Pastelería	1	Mesa acero inoxidable	\$ 400,00
Ventas	1	Caja	\$ 800,00
Ventas	1	Caja registradora	\$ 400,00
Ventas	2	Paneras grandes	\$ 800,00
Ventas	2	Vitrinas galleteras	\$ 1.600,00
Ventas	2	Mesas y 6 sillas	\$ 486,00
Ventas	1	Estante	\$ 300,00
Administración	1	Escritorio	\$ 130,00
Administración	1	Computadora Intel	\$ 800,00
Administración	1	Impresora	\$ 250,00
Administración	1	Estante	\$ 150,00

Para la identificación de los costos la panadería Gualaceo proporciona las facturas físicas de las compras que realiza para la elaboración de sus productos. En la siguiente tabla 4 se presenta un reporte de la compra de la materia prima.

Tabla 4
Reporte de compras materia prima

Reporte de compras materia prima					
Proveedor	Insumo	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Corporación Superior S.A	Harina Pan de oro	50,00 kg	75,00	\$ 42,80	\$ 3.210,00
Dasamdist Cia. Ltda	Manteca especial	27, 50 kg	6,00	\$ 70,00	\$ 420,00
Dasamdist Cia. Ltda	Margarina fabripan	27,50 kg	2,00	\$ 70,00	\$ 140,00
Levapan H y Z distribuidora	Levadura fresca	500,00 gr	35,00	\$ 2,51	\$ 87,85
Productor Gualaceo	Azúcar	50,00 kg cubeta x	15,00	\$ 42,00	\$ 630,00
Productor Gualaceo	Huevos	30	40,00	\$ 3,20	\$ 128,00
Productor Gualaceo	Queso	1,00 kg	30,00	\$ 3,96	\$ 118,80

H y Z distribuidora	Sal	2,00 kg	10,00	\$	0,83	\$	8,30
Levapan	Esencia de mantequilla	500,00 gr	3,00	\$	3,83	\$	11,49
Levapan	Polvo de hornear	5,00 kg	1,00	\$	30,64	\$	30,64
Levapan	Esencia de vainilla	500 gr	2,00	\$	7,96	\$	15,92

3.4.2 Recurso humano

La panadería cuenta con el servicio de operarios y aprendices en panadería y pastelería, vendedoras capacitadas de acuerdo a su área de trabajo con la herramientas necesarias proporcionadas por la empresa para que realicen cada una de sus labores asignadas. Para la elaboración de distintos productos que produce la panadería se toma en cuenta la capacidad práctica.

La panadería cuenta con calificación artesanal que está exenta del pago de utilidades, fondos de reserva, décimo tercer y cuarto sueldo a sus operarios y aprendices, pero tienen la obligación de pagar los beneficios de ley y la remuneración convenida de acuerdo a la tabla de sueldos y salarios mínimos sectoriales al resto del personal.

En cuanto a la afiliación en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social el maestro taller aporta el 17,6%, en el caso de operarios, aprendices y trabajadores administrativos corresponde al 20,6%, porcentaje que está dividido el 11,15% que aporta el empleador y el 9,45% el trabajador.

Tabla 5
Nómina Panadería y pastelería Gualaceo

Apellidos y Nombres	Cargo	Sueldo Nominal	Aporte Personal	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo
Martha	Maestro de taller - Administradora	\$ 700,00	x				
Atariguana Boni Edwin Mauricio	Operario de panadería	\$ 450,00	x	X			
Pillco Dumaguala Lourdes Germania	Aprendiz de panadería	\$ 425,00	x	X			
Auqui José Ramiro	Operario Pastelero	\$ 450,00	x	X			

Cando Lucero Johanna Cristina	Vendedora	\$	433,24	x	X	x	x	x
Zhingre Pérez Carmen Lizbeth	Vendedora	\$	216,62	x	X	x	x	x

3.4.3 Otros recursos que se requieren para la producción y/o comercialización

La panadería además de los recursos mencionados anteriormente necesita de otros recursos que ayudan al funcionamiento de la empresa como son otros servicios e insumos, el arriendo, energía eléctrica, agua, control de plagas, alimentación del personal, gas, mantenimiento de equipo de producción, materiales de aseo entre otros, los valores se toman de las facturas proporcionadas por la empresa.

Insumos para la venta: Son aquellos artículos necesarios para la venta de los productos como las fundas plásticas.

Suministros y materiales: Es todo aquello que se utiliza en la administración del negocio y el área de ventas como esferos, papel bond, archivadores entre otros.

Suministro de aseo: Son los productos que se utiliza para la limpieza de todas las áreas de la panadería como desinfectantes, cloro, detergente.

Gas: Lo adquieren para la elaboración de los productos el mismo que son utilizados en los hornos que tiene la panadería

Servicios básicos: Son los recursos básicos como la energía eléctrica que sirven para la producción y funcionamiento de los equipos del negocio, además el agua para aseo de la panadería y preparación de los productos.

Alimentación personal: Este recurso es importante en la empresa debido a que la propietaria les da el almuerzo a cada uno de los trabajadores del negocio.

Control de plagas: Es un servicio que se realiza debido a que al tratarse de productos alimenticios está propensos a que los alimentos se contaminen a causa de roedores o cucarachas por ello es indispensable para la empresa realizar prácticas de limpieza física y química.

Publicidad: Realizan publicidad por medio de radio el cual se sintoniza en el cantón Gualaceo con el fin de promocionar los diversos productos que oferta la panadería.

Arriendo: El principal recurso material adaptado a cada proceso de elaboración de panes, tortas y dulces, y el espacio donde se venden los productos.

Supervisión de calidad: Verificar que el producto elaborado este de acuerdo a los estándares establecidos dentro de una empresa

Tabla 6

Costos y gastos Panadería y pastelería Gualaceo

Detalle	Tiempo	Valor
Insumos – fundas plásticas	Mensual	\$ 49,31
Suministro y materiales	Mensual	\$ 20,00
Suministros de aseo	Mensual	\$ 30,00
Gas	Mensual	\$ 175,00
Energía eléctrica	Mensual	\$ 148,08
Agua	Mensual	\$ 21,67
Alimentación personal	Mensual	\$ 400,00
Control de plagas	Mensual	\$ 8,33
Publicidad	Mensual	\$ 800,00
Arriendo	Mensual	\$ 500,00
Mantenimiento maquinaria	Mensual	\$ 65,00
Supervisión de calidad	Mensual	\$ 210,00

3.5 Reconocimiento de procesos de panadería y pastelería

El reconocimiento de los procesos ayuda a determinar los costos de cada proceso donde constarán los elementos del costo.

3.5.1 Proceso para elaboración de pan

El proceso de producción de la elaboración del pan de la panadería y pastelería Gualaceo inicia principalmente con un listado de los productos que se debe producir, luego se realiza la selección de materia prima y se pesa en la balanza la harina, levadura, manteca, sal, agua, huevos dependiendo de la receta que se vaya a elaborar, la misma debe estar bien pesada si no el pan no tendrá la calidad respectiva, además generaría inconvenientes en el proceso productivo.

A continuación los ingredientes que fueron pesados pasan a la amasadora durante 20 a 30 minutos hasta conseguir una masa homogénea. La clave principal de constatar si la masa está lista es su contextura suave. Una vez obtenida la masa se lleva a la mesa para continuar con el cortado, en este punto se corta y se pesa la masa en porciones grandes y a través de la divisora de masa obtener 36 porciones exactas.

Después se bolea la masa con distintas técnicas para incorporar queso, dulce, panela, chocolate o cualquier otro ingrediente y se colocan 20 porciones de masa en las bandejas de aluminio para luego acomodarlas en el coche y proceder a fermentar la masa por medio de la cámara de leudo el cual controla la temperatura y el nivel de humedad. Para conseguir la fermentación se deja alrededor de 30 a 40 minutos, cabe recalcar que existen panes que no se pueden introducir en la cámara de leudo por los ingredientes adicionales que tienen, en este caso se usa plásticos que tapan los coches previo calentamiento de 2 minutos en el horno.

Existen masas que después del leudado se tiene que pintar con base de huevos, adherir azúcar, gragea u otro ingrediente. Finalizando este paso adicional se debe proceder con el horneado, el horno debe estar a una temperatura de 235° aproximadamente y durante 18 a 20 minutos el pan está listo, existen panes que necesitan hasta 40 minutos para su cocción. (Anexo 3)

3.5.2 Proceso de elaboración pastelería

Este proceso de producción inicia con la emisión de un listado de los productos que faltan en stock y se deben elaborar en el área de producción. El primer proceso es seleccionar la materia prima utilizada y luego proceder con el pesado de la harina, margarina, azúcar, huevos, esencias y polvo de hornear.

El segundo paso es poner los ingredientes en la batidora como los huevos, azúcar y las esencias hasta lograr que esta se disuelva y dupliquen su tamaño, después se adiciona la harina conjuntamente con el polvo de hornear hasta adquirir una consistencia suave sin grumos, es decir, una masa líquida. El tercer paso de la producción del bizcocho es colocar la masa en las latas previamente engrasadas para luego llevarlas al horno y finalmente se hornea la masa durante 20 a 22 minutos obteniendo el producto final. (Anexo 4)

3.6 Comercialización

De acuerdo a entrevistas realizadas, los dueños han tenido que realizar sondeos en su momento con el fin de conocer qué productos debían vender en el negocio. Productos como el pan de casa, pan de galleta fueron los primeros productos que se vendían, desde ahí han ido implementando diversidad de panes, dulces, pasteles, galletería y más. La aplicación de nuevas fórmulas dentro del negocio ha sido parte incipiente para que se cree una alianza con los clientes, al complacer día tras día los gustos. Al momento la administradora manifiesta del anhelo de crecimiento del negocio. Para ello ha pensado en invertir en algunos bienes

para expandirse un poco más, sin mantener un plan ni un conocimiento pleno de cómo utilizar la comercialización para ello y con el único objetivo de obtener la fidelidad del cliente.

3.7 Análisis del sistema de costos a aplicar

La Panadería Gualaceo es un negocio dedicado a la producción y venta de panes, pasteles y dulces tradicionales del cantón, su producción se realiza previo a una orden emitida por el área de ventas según el producto que se necesite o falte para que luego en las distintas áreas se cumpla un proceso de producción. La fabricación de los productos depende de las ventas diarias, actualmente el negocio no tiene un sistema de costos, por esta razón se hizo un análisis para aplicar un sistema de costos por órdenes o procesos que permita llevar los mismos de manera adecuada.

El sistema de órdenes de producción es utilizado en empresas en el que su producción es por medio de pedidos conocido como orden de producción en el que los recursos que se utiliza varían de acuerdo al producto que se vaya a realizar, mientras que el sistema de costos por procesos es utilizado en negocios en que la producción es continua, en grandes volúmenes y posee procesos. La diferencia entre producir por órdenes de producción y por procesos es que las unidades a realizar en el de órdenes son diferenciadas mientras que en el de procesos las unidades son similares. Si bien la empresa emite un listado diario de producción, para el control de los costos el sistema considerado es el de procesos por tratarse de productos similares y continuos.

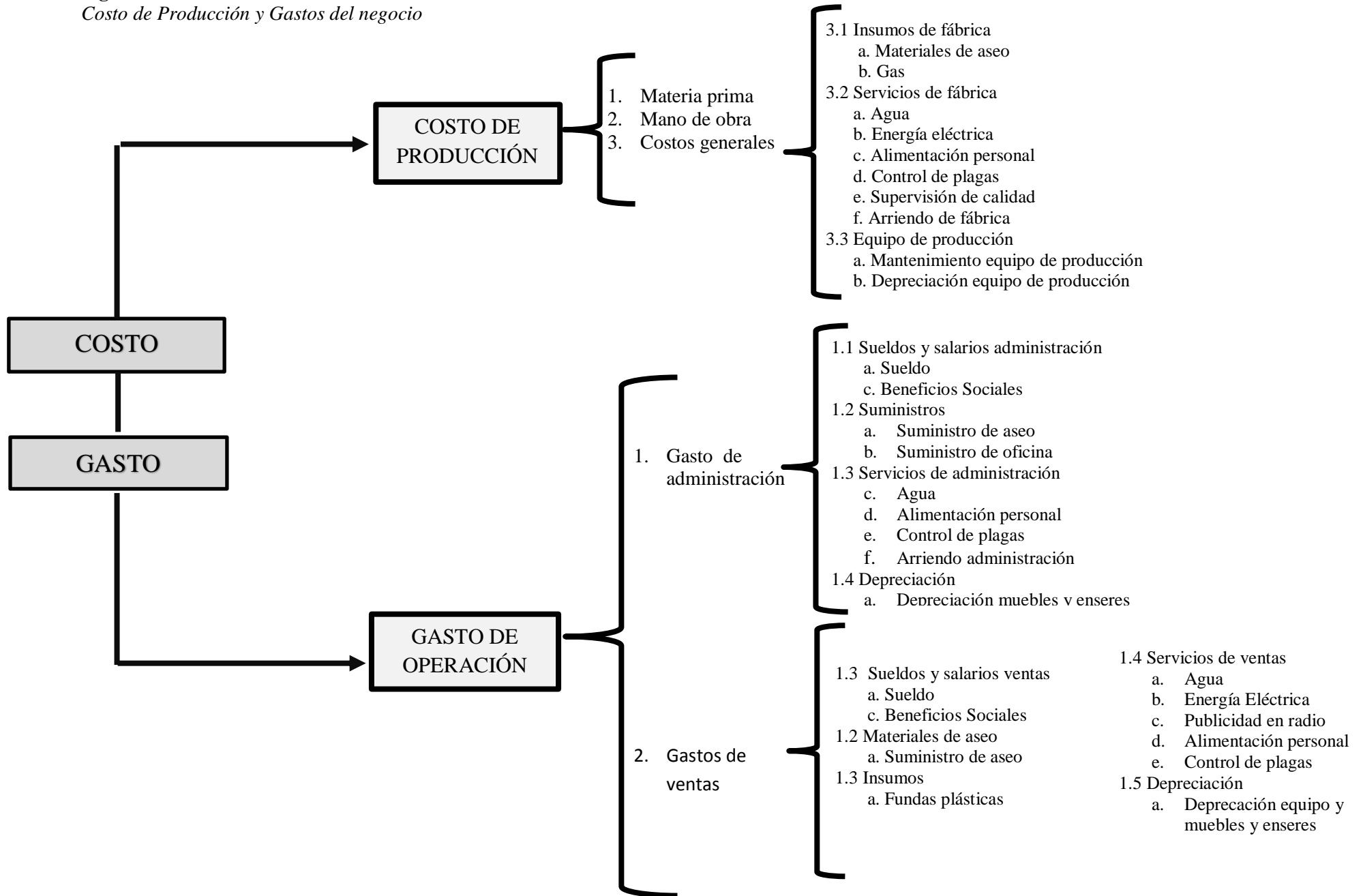
Capítulo IV

Propuesta para controlar costos y gastos e implementación de nuevas estrategias de comercialización

4.1 Costo y gasto

El costo de producción es todo lo que se invierte para la producción del pan y bizcocho, presenta los costos de los elementos como materia prima, mano de obra y costos generales. El gasto es el valor incurrido en las actividades de administración del negocio y todas aquellas llevadas a cabo para la venta de los productos, se presentan según su función gastos de administración y gastos de ventas. Ambos, aunque separados, tanto el costo de producción al convertirse en costo de ventas luego de la venta del producto, como el gasto se determinan en un período para determinar la utilidad del negocio.

Figura 8
Costo de Producción y Gastos del negocio

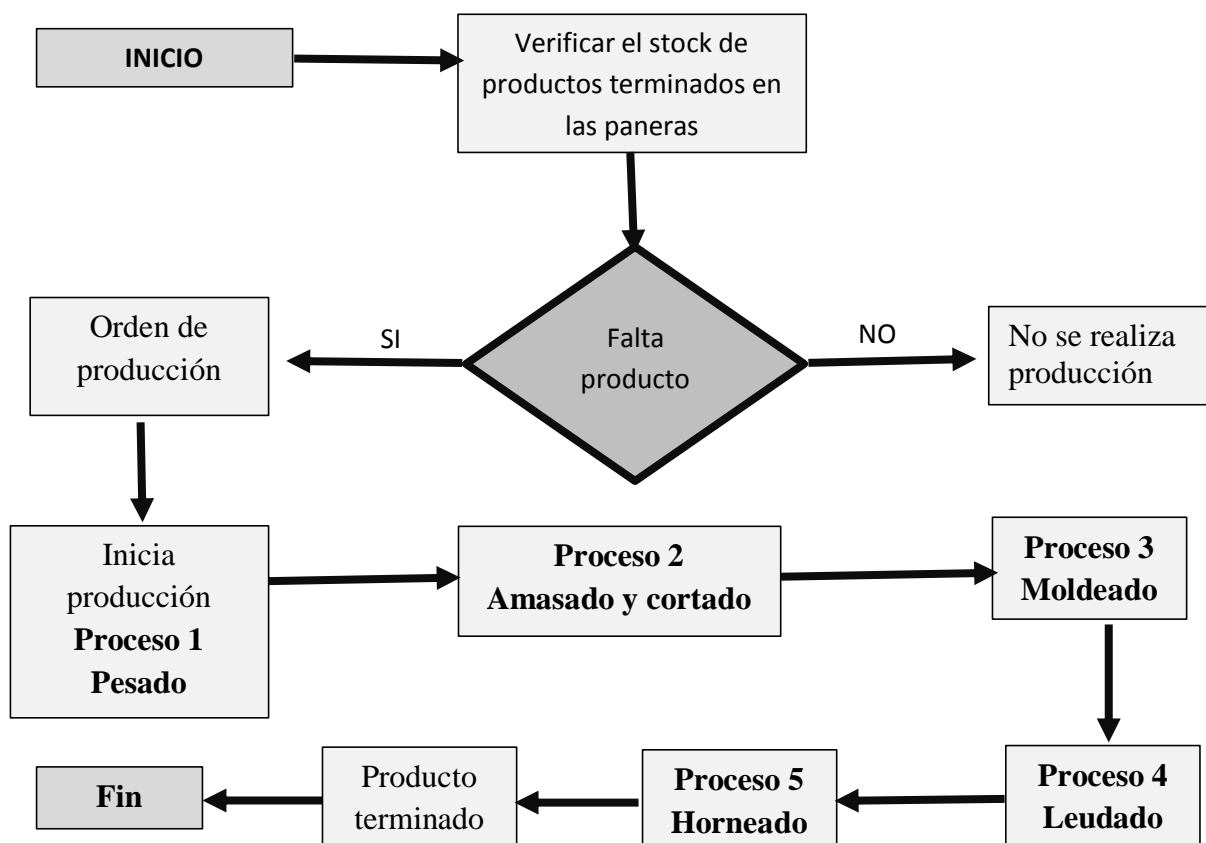


4.2 Sistema de costeo

Para la determinación del costo de producción se propone el Sistema de Costos por Procesos, tomando en cuenta que el negocio obtiene productos similares. Se considera la utilización de un Sistema por Procesos, aunque no sea indispensable la división de costos según su identificación (en directos e indirectos) sino mayormente por la disposición específica de producir cada tipo de producto. Se produce de forma continua y por ello predomina el Sistema de Costos por Procesos como referencia para la obtención de los costos, los objetos de costos son los procesos, y al final el costo acumulado de los procesos será el costo total de producción según producto.


De la información del proceso de producción en el capítulo anterior, se identifican y proponen 5 procesos los que se requieren para obtener el producto terminado (Figura 9). El esquema a continuación varía de manera mínima según productos de pastelería.

Figura 9
Proceso para realizar la producción



La materia prima considera el Inventario de materia prima utilizada en la elaboración de los productos; estos inventarios se podrían controlar por medio de Kárdex a través del método de valoración Promedio Ponderado (tabla 7). En los Kárdex se registran los aumentos por las compras realizadas y las disminuciones por las salidas de materia prima de bodega hacia producción, normalmente no se presentan devoluciones de materia prima. Una vez culminado el proceso 5 de producción el producto terminado se registraría en un Kárdex de Inventario de Producto Final. La panadería vende diariamente los productos elaborados y en el caso de algunos no quedan saldos de producto al final del día; de igual manera, no quedan productos en proceso ya que la producción inicia y termina dentro de un mismo día (Anexo 5).

Tabla 7
Modelo de Kárdex

		PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO								
KÁRDEX DE MP										
Artículo: Harina Pan de Oro							COD. REFERENCIA:			
Unidad de medida: Kilogramos					Presentación: 50 kg		Existencia mínima	200,00	Existencia máxima	7000 ,00
Proveedores: Corporación Superior										
Método de valoración:		Promedio ponderado	X			FIFO				
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIA		
		Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1-sep- 2022	Saldo Inicial							400,00	\$ 0,86	\$ 342,40
1-sep- 2022	Compra	3750,00	\$ 0,86	\$ 3.210,00				4150,00	\$ 0,86	\$ 3.552,40
1-sep- 2022	Salida producción - pan de casa				27,22	\$ 0,86	\$ 23,30	4122,78	\$ 0,86	\$ 3.529,10
1-sep- 2022	Salida producción - pan de galleta				27,22	\$ 0,86	\$ 23,30	4095,57	\$ 0,86	\$ 3.505,81
1-sep- 2022	Salida producción - bizcocho para torta				1,80	\$ 0,86	\$ 1,54	4093,77	\$ 0,86	\$ 3.504,27

4.3 Información para el costeo

Los productos que se venden diariamente como el pan de casa y pan de galleta representan el 50% de las ventas, el bizcocho para tortas el 20%. Estos productos, al tener una mayor cobertura de ventas fueron seleccionados para el costeo en el presente trabajo de titulación.

Se determinó la producción diaria para el costeo por el nivel de ventas y por el tipo de negocio de la panadería Gualaceo. La producción se debería costear constantemente ya que el valor de la materia prima varía. El valor promedio de los productos que el negocio elabora se obtiene del reporte de producción de 30 días. (Anexo 6)



Los productos se basan en una receta particular del negocio. Para los casos seleccionados se presenta el promedio del volumen de producción según la fórmula o receta de producción para el día y la nomenclatura de los productos a partir de ahora en el presente trabajo.

Tabla 8
Unidades de productos

Producto	Unidades	Peso	Identificación
Pan de casa	1065 u	68,33 g por unidad	Producto A
Pan de galleta	1075 u	54,93 g por unidad	Producto B
Bizcocho para tortas	16 u	moldes medianos	Producto C

Diariamente se procederá con una orden de producción para constatar posteriormente lo que se ha producido; a continuación el modelo de este documento:

Tabla 9
Modelo de Orden de Producción

 Panadería y pastelería Gualaceo ORDEN DE PRODUCCIÓN	
Fecha	1-09-2022
Información	
Especificaciones	
Pan de casa	
Observaciones	
Pan de casa para la venta en el local	
 <hr/> Jefe de producción	

La orden de producción detalla el tipo de producto que se va a producir, la fecha en la orden de producción se representa como un código para tener un control de los productos que se elaboran diariamente en el negocio. (Anexo 7)

Productos y procesos para costeo. Los productos seleccionados: A, B y C contemplan los siguientes procesos de producción:

Tabla 10
Procesos Productos A, B y C

PRODUCTOS	PROCESOS					
	PESADO	AMASADO Y CORTADO	BATIDO	MOLDEADO	LEUDADO	HORNEADO
A	x	x		x	x	x
B	x	x		x	x	x
C	x		x	x		x

Para los productos A, B y C se presentan las actividades que dispone cada receta según los procesos de producción propuestos.

Tabla 11.
Procesos para producción de producto A y B

Proceso	Descripción
Pesado	Elección de materia prima de acuerdo a la fórmula.
Amasado y cortado	Se incorporan todos los ingredientes en la amasadora hasta conseguir que la masa se ligue. Se pesa la masa en cortes grandes para pasar a la cortadora.
Moldeado	Se bolea la masa. Se incorpora el queso a la masa y se moldea. Se colocan las porciones de masas moldeadas en las bandejas de aluminio.
Leudado	Se introduce las bandejas de aluminio en el coche y seguidamente se pasa al horno para calentar durante dos minutos y luego se coloca un plástico al coche con el fin que fermente la levadura de la masa durante 30 a 40 minutos
Horneado	Culminado el leudado el pan se pasa al horno. Se configura la temperatura a 235 grados Celsius y se introduce el coche al horno durante 20 minutos hasta que el pan se cocine. Al finalizar el tiempo de horneado se saca el pan y se lleva a las paneras para la venta.

El proceso para la elaboración del producto C es el siguiente:

Tabla 12
Proceso para la producción Producto C

Proceso	Descripción
Pesado	Elección de materia prima de acuerdo a la fórmula.
Batido	Poner en la batidora el azúcar, los huevos y batir durante 15 minutos hasta que los ingredientes se disuelvan y aumente de tamaño. Se incorpora la harina, polvo de hornear, la esencia de vainilla y luego batir la masa hasta que esté homogénea.
Moldeado	Se engrasa las latas de aluminio y se vierte la masa en las mismas para luego acomodarlas en el coche.
Horneado	Se configura la temperatura a 235 grados Celsius y se espera aproximadamente 20 minutos hasta que las planchas de bizcocho tomen el color deseado, una vez horneado se espera que se enfríen para proceder a cortar en moldes medianos.

4.4 Identificación de los elementos del costo de producción

4.4.1 Materia prima

Según la fórmula para la fabricación de los productos se identifica la materia prima para los productos A, B y C.

Tabla 13.
Materia prima Producto A

Materia prima		
1065 unidades		
Insumos	Cantidad	Medida
Harina	27216,000	gramos
Azúcar	2721,500	gramos
Manteca	9025,350	gramos
Levadura	635,000	gramos
Huevos	16000,000	gramos
Queso	10650,000	gramos
Margarina	2000,000	gramos
Sal	453,600	gramos
Esencia de mantequilla	20,000	gramos
Anís	50,000	gramos
Agua	4000,000	gramos

Tabla 14
Materia prima Producto B

Materia prima		
1075 unidades		
Insumos	Cantidad	Medida
Harina	27216,000	gramos
Azúcar	2721,500	gramos
Manteca	9067,400	gramos
Levadura	635,000	gramos
Queso	1724,800	gramos
Margarina	431,200	gramos
Huevos	1800,000	gramos
Sal	453,600	gramos
Agua	15000,000	gramos

Tabla 15
Materia prima Producto C

Materia prima		
16 bizcochos		
Insumos	Cantidad	Medida
Harina	1800,000	gramos
Azúcar	1750,000	gramos
Huevos	3600,000	gramos
Esencia de vainilla	20,000	gramos
Polvo de hornear	30,000	gramos

Todos los ingredientes antes mencionados se utiliza para la elaboración del bizcocho estos se realizan en latas de aluminio de 60 cm por 45 cm

Para la obtención de las cantidades de los insumos se determina de la conversión de:

- 1 Kg = 1000 g
- 1 Huevo = 60 g

4.4.2 Mano de obra

Se identifica las horas que labora el personal para la producción de los productos A, B y C.

Tabla 16
Horas trabajadas área panadería Producto A y B

Nº Trabajador	Procesos	Horas trabajadas	
1 persona	Pesado	40 horas semanales	Horarios rotativos
	Amasado y cortado		
	Moldeado		
1 persona	Moldeado	40 horas semanales	Horarios rotativos
	Leudado		
	Horneado		

Tabla 17

Minutos por proceso para elaboración del pan Producto A y B

Proceso	Producto A	Producto B
	Minutos	minutos
Pesado	12	12
Amasado y cortado	30	30
Moldeado	80	60
Leudado	10	10
Horneado	16	16

Tabla 18

Horas trabajadas área pastelería Producto C

No Trabajador	Proceso	Horas trabajadas	
1 persona	Pesado	40 horas semanales	Horarios rotativos
	Batido		
	Moldeado		
	Horneado		

Tabla 19

Minutos por proceso para elaboración Producto C

Proceso	Producto C
	Minutos
Pesado	10
Batir	10
Moldeado	15
Horneado	7

4.4.3 Costos generales

En el negocio los costos generales representan los insumos y servicios en producción que deberán distribuirse entre los procesos. A continuación estos rubros:

- a. Materiales de aseo
- b. Gas
- c. Agua
- d. Energía eléctrica
- e. Alimentación personal
- f. Control de plagas
- g. Arriendo
- h. Mantenimiento equipo producción
- i. Depreciación equipo producción
- j. Supervisión de calidad

4.5 Acumulación del costo de producción

Para la determinación del costo de producción se procede con: emisión de lista u orden de producción, acumulación de valores según el objeto de costos (procesos) y cierre de lista u órdenes. Los procesos que acumulan los valores de los costos de acuerdo al tipo de producto que se requiera, para panadería (Productos A y B) y pastelería (Productos C) se muestran a continuación. Para los productos A y B se conforma 5 procesos, para el producto C, 4 procesos. Se obtiene el costo por proceso hasta obtener el costo de producción total y por producto.

Tabla 20
Procesos y elementos del costo Producto A y B

PROCESOS		Pesado	Amasado y cortado	Moldeado	Leudado	Horneado
PRODUCTOS						
PRODUCTO A PRODUCTO B			P1	P1 + P2a	P1 + P2+ P3	P1 + P2+ P3 + P4
	MP			MP		
	MO		MO	MO	MO	MO
	CG		CG	CG	CG	CG
	Subtotal P1	Subtotal P2	Subtotal P3	Subtotal P4	Subtotal P5	
Acumulación		P1	P1 + P2	P1 + P2+ P3	P1 + P2+ P3 + P4	P1 + P2+ P3 + P4 + P5

Tabla 21
Procesos y elementos del costo Producto C

		Pesado	Batido	Moldeado	Horneado
			P1	P1 + P2	P1 + P2 + P3
PRODUCTO C	MP				
	MO		MO	MO	MO
	CG		CG	CG	CG
	Subtotal P1	Subtotal P2b	Subtotal P3	Subtotal P5	
Acumulación		P1	P1 + P2	P1 + P2 + P3	P1 + P2 + P3 + P4

El proceso de acumulación de costos en el presente trabajo se presenta en las siguientes etapas: 1) Costos específicos de los procesos como son la materia prima y mano de obra; y, 2) Costos generales de los procesos. La acumulación de estos costos se presenta finalmente como Costo de Producción Total y Unitario.

4.5.1 Costos específicos de los procesos

A través de Cédulas se presentan los costos de materia prima y de mano de obra para los productos A, B y C.

4.5.1.1 Materia Prima

Se determina la materia prima necesaria en los procesos 1 y 3 que lo requieren para la elaboración de los productos A y B; y, en el proceso para el producto C. Se toman los valores de la Tabla 4 de acuerdo a la receta.

Producto A

Tabla 22.
Cédula materia prima Producto A

Proceso	Insumos	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Pesado	Harina	Gramos	27216,000	\$ 0,001	\$ 23,297
	Azúcar	gramos	2721,500	\$ 0,001	\$ 2,286
	Manteca	gramos	9025,350	\$ 0,003	\$ 22,974
	Levadura	gramos	635,000	\$ 0,005	\$ 3,188
	Huevos	gramos	16000,000	\$ 0,002	\$ 28,444
	Sal	gramos	453,600	\$ 0,000	\$ 0,188
	Esencia de mantequilla	gramos	20,000	\$ 0,008	\$ 0,153
	Anís	gramos	50,000	\$ 0,003	\$ 0,165
	Agua	Gramos	4000,000	\$ 0,000	\$ 0,006
Total pesado					\$ 80,701
Moldeado	Queso	Gramos	10650,000	\$ 0,004	\$ 42,174
	Margarina	gramos	2000,000	\$ 0,003	\$ 5,091
Total moldeado					\$ 47,265

Nota. En los valores de costos y cantidad se toman en cuenta 3 decimales separados de una coma para la presentación a partir de esta tabla.

Producto B

Tabla 23
Cédula materia prima Producto B

Proceso	Insumos	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Pesado	Harina	Gramos	27216,000	0,001	\$ 23,297
	Azúcar	gramos	2721,500	0,001	\$ 2,286
	Manteca	gramos	9071,800	0,003	\$ 23,092
	Levadura	gramos	635,000	0,005	\$ 3,188
	Huevos	gramos	1800,000	0,002	\$ 3,200
	Sal	gramos	453,600	0,000	\$ 0,188

	Agua	gramos	15000,000	0,000	\$ 0,023
				Total pesado	\$ 55,273
Moldeado	Queso	gramos	1724,800	0,004	\$ 6,830
	Margarina	gramos	431,200	0,003	\$ 1,098
				Total moldeado	\$ 7,928

El costo del agua, materia prima necesaria para la producción de A y B en el proceso de pesado, con un valor de \$1,51 por metro cúbico, se usa la siguiente conversión:

$$1 \text{ m}^3 = 1000000 \text{ g}$$

$$1 \text{ gramo} = \$ 0,00000151$$

Producto C

Tabla 24

Cédula materia prima Producto C

Proceso	Insumos	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Pesado	Harina	gramos	1800,000	\$ 0,0009	\$ 1,541
	Azúcar	gramos	1750,000	\$ 0,0008	\$ 1,470
	Huevos	gramos	3600,000	\$ 0,0018	\$ 6,400
	Esencia de vainilla	gramos	20,000	\$ 0,0159	\$ 0,318
	Polvo de hornear	gramos	30,000	\$ 0,0061	\$ 0,184
Total pesado					\$ 9,913

4.5.1.2 Mano de obra

De igual manera la mano de obra se determina para la elaboración de los productos A, B y C. De acuerdo al código de trabajo en el artículo 102 y 115, los artesanos están exentos del pago del décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, fondo de reserva y utilidades a operarios y aprendices; pero debe hacerse el pago de los mismos al resto del personal, es decir, personal de ventas y administrativo. Deben aportar el 20.60% al IESS (9,45% personal y 11,15% patronal).

Para obtener el costo real de mano de obra por minuto en cada uno de los procesos, se suma el total de ingresos más los beneficios sociales y se divide para 160 horas realmente trabajadas, las cuales se obtienen sin tomar en cuenta el tiempo utilizado por los trabajadores para descanso o algún otro contratiempo a causa el equipo de producción, lo que significa tomar en cuenta la capacidad práctica que representa alrededor del 92%, y no la teórica. Una vez, con el costo real de producción por hora, se obtiene el valor por minuto.

A continuación se muestra el rol de pagos propuesto para el área de producción.

Tabla 25
Rol de pagos producción



 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO															
ROL DE PAGOS															
MES: Septiembre 2022															
DEPARTAMENTO: Producción															
Apellidos y nombres	Cargo	Días trabajados	Sueldo nominal	INGRESOS					Fondo de reserva	Total ingresos	EGRESOS			Total egresos	TOTAL A PAGAR
				Horas extras				Total de ingresos gravados			Aporte personal	Anticipos	Préstamo quirografario		
				H.S	\$	H.E	\$								
Atariguana Boni Edwin Mauricio	Operario panadero	30	\$ 450,000					\$ 450,000		\$ 450,000	\$ 42,535			\$42,535	\$ 407,475
Pillco Dumagualla Lourdes Germania	Aprendiz de Panadería	30	\$ 425,000					\$ 425,000		\$ 425,000	\$ 40,163			\$40,163	\$ 384,838
Auqui José Ramiro	Operario de Pastelería	30	\$ 450,000					\$ 450,000		\$ 450,000	\$ 42,535			\$ 2,535	\$ 407,475
TOTAL				\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$1.325,000		\$1.325,000	\$ 125,213	\$ -	\$ -	\$ 125,213	\$ 1.199,788

Tabla 26
Rol de beneficios producción

 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO							
ROL DE BENEFICIOS							
MES: Septiembre 2022							
DEPARTAMENTO: Producción							
Apellidos y nombres	Cargo	Aporte patronal	XII	XIV	Fondo de reserva	Vacaciones	Total
Atariguana Boni Edwin Mauricio	Operario panadero	\$ 50,175					\$ 50,175
Pillco Dumagualla Lourdes Germania	Aprendiz de Panadería	\$ 47,388					\$ 47,388
Auqui José Ramiro	Operario de Pastelería	\$ 50,175					\$ 50,175
TOTAL		\$ 147,738	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 147,738


Producto A

Tabla 27
Cédula de Mano de obra Producto A

Mano de obra							
1065 unidades							
	Proceso	Tiempo por proceso (minutos)	Total de Ingresos + Beneficios sociales	Horas realmente trabajadas	Costo real hora de trabajo	Costo real minuto de trabajo	Costo por proceso
1	Atariguana	Pesado					\$ 0,625
	Boni Edwin	Amasado y cortado	\$ 500,175	160	\$ 3,126	\$ 0,052	\$ 1,563
	Mauricio	Moldeado					\$ 2,084
Pillco	Moldeado	\$ 1,968					
2	Dumagualla	Leudado	\$ 472,388	160	\$ 2,952	\$ 0,049	\$ 0,492
	Lourdes	Horneado					\$ 0,787
	Germania						


Producto B

Tabla 28
Cédula mano de obra Producto B

Mano de obra							
1075 unidades							
	Proceso	Tiempo por proceso (minutos)	Total de Ingresos + Beneficios sociales	Horas realmente trabajadas	Costo real hora de trabajo	Costo real minuto de trabajo	Costo por proceso
1	Atariguana	Pesado					\$ 0,625
	Boni Edwin	Amasado y cortado	\$ 500,175	160	\$ 3,126	\$ 0,052	\$ 1,563
	Mauricio	Moldeado					\$ 1,563
Pillco	Moldeado	\$ 1,476					
2	Dumagualla	Leudado	\$ 472,388	160	\$ 2,952	\$ 0,049	\$ 0,492
	Lourdes	Horneado					\$ 0,787
	Germania						

Producto C

Tabla 29.
Cédula mano de obra Producto C

Mano de obra								
16 unidades								
		Proceso	Tiempo por proceso (minutos)	Total de Ingresos + Beneficios sociales	Horas realmente trabajadas	Costo real hora de trabajo	Costo real minuto de trabajo	Costo por proceso
1	Auqui José Ramiro	Pesado	10	\$ 500,175	160	\$ 3,126	\$ 0,052	\$ 0,521
		Batido	10					\$ 0,521
		Moldeado	15					\$ 0,782
		Horneado	7					\$ 0,365

4.5.2 Costos generales producto A, B y C

Para los insumos y servicios que se requieren en producción se analizan los rubros, se identifican inductores de costos, se realiza la asignación de los rubros entre áreas y finalmente se distribuyen a los procesos.

Tabla 30.
Costos Generales

Rubro Costos generales	Inductor
Materiales de aseo	m ²
Gas	Número de tanques
Agua	m ³
Energía eléctrica	KWh
Alimentación personal	Número de trabajadores
Control de plagas	m ²
Arriendo	m ²
Mantenimiento equipo de producción	Por área
Depreciación equipo de producción	Años depreciación – línea recta
Supervisión de calidad	Por área

Materiales de aseo, control de plagas y arriendo: El costo de los materiales de aseo, control de plagas y arriendo se distribuye por m² de acuerdo al área de producción, ventas y administración de la panadería, una vez determinado el costo de producción se identifica que valor pertenece a cada proceso.

Gas: El costo del gas se divide por cada área de producción de acuerdo al número de tanques que se utiliza por día, una vez obtenido el valor se lo distribuye en el proceso de horneado tanto en la elaboración de productos de panadería y pastelería.

Agua: Este costo general determina el promedio de los m³ que utiliza en limpieza del negocio mensualmente en cada área de la panadería. El consumo promedio es de 28 m³ al mes de acuerdo a un análisis de 7 meses de consumo, cada m³ tiene un costo de \$1,51. Cabe recalcar que el consumo es compartido, por tanto la propietaria cancela el 50% cuyo valor promedio es \$ 21,68. Una vez obtenido el costo en el área de producción se lo distribuye para cada proceso identificado en la producción de panadería y pastelería.

Tabla 31

Promedio consumo agua mensual

Mes	Cantidad (m3)	\$ por m3	Total
Enero	33	\$ 1,510	\$ 49,830
Febrero	29	\$ 1,510	\$ 43,790
Marzo	24	\$ 1,510	\$ 36,240
Abril	31	\$ 1,510	\$ 46,810
Mayo	26	\$ 1,510	\$ 39,260
Junio	28	\$ 1,510	\$ 42,280
Julio	30	\$ 1,510	\$ 45,300
Promedio	28,714	\$ 1,510	\$ 43,359

Energía eléctrica: Para la distribución de este costo general se analiza el consumo promedio de energía eléctrica de 7 meses por kWh de la panadería, se obtiene que el negocio consume un promedio de 1469 kWh por mes con un valor de \$ 0,10 por kWh. Para determinar el costo diario de este costo se establece el número de watts de consumo por cada equipo de producción de cada área de la empresa, tomando en cuenta en número de horas que permanecen en funcionamiento por día. Luego se distribuye a cada proceso de acuerdo a su utilización.

Tabla 32

Promedio consumo energía eléctrica mensual

Mes	Cantidad	\$ por KWh	Total (mensual)
Enero	1551	KWh \$ 0,100	\$ 155,100
Febrero	1406	KWh \$ 0,100	\$ 140,600
Marzo	1524	KWh \$ 0,100	\$ 152,400
Abril	1410	KWh \$ 0,100	\$ 141,000
Mayo	1504	KWh \$ 0,100	\$ 150,400
Junio	1373	KWh \$ 0,100	\$ 137,300
Julio	1513	KWh \$ 0,100	\$ 151,300
Promedio	1468,714	KWh \$ 0,100	\$ 146,871

Tabla 33
Consumo energía eléctrica por consumo diario

Cantidad	Descripción	Watts	Horas	Minutos	KWh	\$ por KWh	Total
1	Horno giratorio de 16 latas	1000	8	480	8,00	\$ 0,100	\$ 0,800
1	Amasadora 40 kg Gpaniz	1500	5	300	7,50	\$ 0,100	\$ 0,750
1	Balanza electrónica digital	200	5	300	1,00	\$ 0,100	\$ 0,100
1	Balanza digital pastelería	100	5	300	0,50	\$ 0,100	\$ 0,050
1	Frigorífico	300	24	1440	7,20	\$ 0,100	\$ 0,720
1	Batidora	1200	5	300	6,00	\$ 0,100	\$ 0,600
2	Lámparas fluorescentes - pastelería	72	10	600	0,72	\$ 0,100	\$ 0,072
2	Focos – pastelería	40	10	600	0,40	\$ 0,100	\$ 0,040

Alimentación personal: La alimentación del personal se distribuye por el inductor número de personas por cada área de la empresa, debido a que el valor total que se cancela es por todas las personas que trabajan en la área de producción, venta y administración, al conocer el valor en el área de producción para cada proceso identificado en el área de panadería y pastelería.

Mantenimiento equipo de producción: Este costo se determina por el mantenimiento realizado al equipo que se utiliza en los procesos. Este costo general de mantenimiento se coloca en amasado y horneado del área de panadería y en la producción de pastelería en el proceso de batido.

Tabla 34.
Costo mantenimiento equipo de producción

Equipo de producción	Área	Valor mensual
Horno giratorio 16 latas	Panadería	\$ 33,333
Amasadora 40 kg Gpaniz	Panadería	\$ 16,667
Batidora Food	Pastelería	\$ 15,000

Depreciación del equipo de producción: La depreciación del equipo de producción se realiza por medio del método de línea recta obteniendo el valor mensual y con ello se determina el valor diario de cada uno de los equipos y herramientas de las distintas áreas del negocio. Al obtener la depreciación de los equipos y herramientas del área de producción se distribuye para los procesos de panadería y pastelería.

El método de línea recta consiste en dividir el importe del bien para los años de vida útil de la maquinaria (10 años), el valor que se obtiene es anual por tanto para determinar el costo mensual se divide para 12 meses y para la depreciación diaria para 30 días.

Tabla 35
Depreciación equipo de producción – método de línea recta

Cantidad	Descripción	Valor	Años depreciación	Depreciación anual	Depreciación mensual
1	Horno giratorio de 16 latas	\$9.000,000	10	\$ 900,000	\$ 75,000
1	Horno artesanal	\$1.000,000	10	\$ 100,000	\$ 8,333
1	Amasadora 40 kg Gpaniz	\$3.600,000	10	\$ 360,000	\$ 30,000
1	Divisora de masa	\$ 800,000	10	\$ 80,000	\$ 6,667
1	Balanza electrónica digital	\$ 200,000	10	\$ 20,000	\$ 1,667
1	Balanza digital pastelería	\$ 100,000	10	\$ 10,000	\$ 0,833
1	Frigorífico	\$ 700,000	10	\$ 70,000	\$ 5,833
1	Batidora fiad	\$2.700,000	10	\$ 270,000	\$ 22,500
1	Mesa acero inoxidable	\$ 600,000	10	\$ 60,000	\$ 5,000
1	Mesa acero inoxidable	\$ 400,000	10	\$ 40,000	\$ 3,333
100	Latas de pan de 45 x 60 cm	\$2.500,000	10	\$ 250,000	\$ 20,833
15	Latas horno artesanal	\$ 225,000	10	\$ 22,500	\$ 1,875

Supervisión de calidad: En el último proceso de la elaboración de los productos A, B y C se realiza la revisión de los productos. Esta revisión se hace para controlar e inspeccionar la calidad de los productos terminados, consiste en verificar que el pan esté bien horneado, que no haya pasado el punto de leudo y a su vez que el pan esté moldeado de acuerdo a las técnicas utilizadas en el negocio. El valor por supervisión corresponde a:

Administración	70%	\$490,00
Supervisión de calidad	30%	\$210,00

El 30% de control de calidad se destina el 20% a panadería y el 10% a pastelería.

Tabla 36
Supervisión de calidad Producto A, B y C

Nombre	Producto	Proceso	Unidades	Unidades producidas al día	Valor mensual	Valor diario	Costo por proceso
Administradora	Producto A	Horneado	1065,00	4500,00	\$ 140,000	\$ 4,667	\$ 1,104
	Producto B	Horneado	1075,00	4500,00	\$ 140,000	\$ 4,667	\$ 1,115
	Producto C	Horneado	16,00	40,00	\$ 70,000	\$ 2,333	\$ 0,933

Una vez identificados los costos generales por cada rubro, se asignan a producción según los inductores seleccionados.

Tabla 37
Asignación de los costos generales basado en inductores a las áreas del negocio

Detalle Costos generales	Valor mensual	Base	Inductor	Producción						Administración			Ventas		
				Panadería			Pastelería			Req. Base	Factor	Importe	Req. Base	Factor	Importe
				Req. Base	Factor	Importe	Req. Base	Factor	Importe						
Materiales de aseo	\$ 30,00	119,00	m ²	50,50	0,42	\$ 12,73	12,50	0,11	\$ 3,15	8,00	0,07	\$ 2,02	48,00	0,40	\$ 12,10
Gas	\$ 175,00	70,00	tanque	60,00	0,86	\$ 150,00	10,00	0,14	\$ 25,00	0,00	0,00	\$ -	0,00	0,00	\$ -
Agua	\$ 17,67	11,70	m ³	4,80	0,41	\$ 7,25	2,70	0,23	\$ 4,08	1,20	0,10	\$ 1,81	3,00	0,26	\$ 4,53
Energía eléctrica	\$ 142,71	1427,10	KWh	516,60	0,36	\$ 51,66	423,00	0,30	\$ 42,30	0,00	0,00	\$ -	487,50	0,34	\$ 48,75
Alimentación personal	\$ 400,00	6,00	personas	2,00	0,33	\$ 133,33	1,00	0,17	\$ 66,67	1,00	0,17	\$ 66,67	2,00	0,33	\$ 133,33
Control de plagas	\$ 8,33	119,00	m ²	50,50	0,42	\$ 3,54	12,50	0,11	\$ 0,88	8,00	0,07	\$ 0,56	48,00	0,40	\$ 3,36
Arriendo	\$ 500,00	119,00	m ²	50,50	0,42	\$ 212,18	12,50	0,11	\$ 52,52	8,00	0,07	\$ 33,61	48,00	0,40	\$ 201,68
Mantenimiento equipo de producción	\$ 65,00		área			\$ 50,00			\$ 15,00						
Depreciación Equipo de producción	\$ 181,88		línea recta			\$ 139,17			\$ 42,71						
Supervisión de calidad	\$ 2100,00		área			\$ 140,00			\$ 70,00						
Total	\$ 1.730,59					\$ 899,86			\$ 322,30			\$ 104,67			\$ 403,76

Nota. Esta tabla solamente se toma dos decimales, por el tamaño de la tabla.

A continuación se realiza la distribución de los costos generales a cada proceso de panadería y pastelería.

Tabla 38
Asignación de los costos generales por proceso Panadería

Detalle Costos Generales	Costos generales panadería mensual	Costos generales panadería diario	Proceso				
			Pesado	Amasado y cortado	Moldeado	Leudado	Horneado
Materiales de aseo	\$ 12,731	\$ 0,424	\$ 0,085	\$ 0,085	\$ 0,085	\$ 0,085	\$ 0,085
Gas	\$ 150,000	\$ 5,000					\$ 5,000
Agua	\$ 7,249	\$ 0,242	\$ 0,048	\$ 0,048	\$ 0,048	\$ 0,048	\$ 0,048
Energía eléctrica	\$ 51,660	\$ 1,722	\$ 0,114	\$ 0,764	\$ 0,014	\$ 0,014	\$ 0,814
Alimentación personal	\$ 133,333	\$ 4,444	\$ 0,889	\$ 0,889	\$ 0,889	\$ 0,889	\$ 0,889
Control de plagas	\$ 3,536	\$ 0,118	\$ 0,024	\$ 0,024	\$ 0,024	\$ 0,024	\$ 0,024
Arriendo	\$ 212,185	\$ 7,073	\$ 1,415	\$ 1,415	\$ 1,415	\$ 1,415	\$ 1,415
Mantenimiento equipo de producción	\$ 50,000	\$ 1,667		\$ 0,556			\$ 1,111
Depreciación equipo de producción	\$ 139,167	\$ 4,639	\$ 0,056	\$ 1,222	\$ 0,167		\$ 3,194
Supervisión y calidad	\$ 140,000	\$ 4,667					\$ 4,667
Total	\$ 899,862	\$ 29,995	\$ 2,630	\$ 5,002	\$ 2,641	\$ 2,475	\$ 17,247

Tabla 39.
Asignación costos generales por proceso Pastelería

Costos Generales Pastelería	Costos generales pastelería mensual	Costos generales pastelería diario	Proceso			
			Pesado	Batido	Moldeado	Horneado
Materiales de aseo	\$ 3,151	\$ 0,105	\$ 0,026	\$ 0,026	\$ 0,026	\$ 0,026
Gas	\$ 25,000	\$ 0,833				\$ 0,833
Agua	\$ 4,078	\$ 0,136	\$ 0,034	\$ 0,034	\$ 0,034	\$ 0,034
Energía eléctrica	\$ 42,300	\$ 1,410	\$ 0,240	\$ 0,790	\$ 0,190	\$ 0,190
Alimentación personal	\$ 66,667	\$ 2,222	\$ 0,556	\$ 0,556	\$ 0,556	\$ 0,556
Control de plagas	\$ 0,875	\$ 0,029	\$ 0,007	\$ 0,007	\$ 0,007	\$ 0,007
Arriendo	\$ 52,521	\$ 1,751	\$ 0,438	\$ 0,438	\$ 0,438	\$ 0,438
Mantenimiento equipo de producción	\$ 15,000	\$ 0,500		\$ 0,500		
Depreciación equipo de producción	\$ 42,708	\$ 1,424	\$ 0,076	\$ 0,799	\$ 0,160	\$ 0,389
Supervisión y calidad	\$ 70,000	\$ 2,333				\$ 2,333
Total	\$ 322,300	\$ 10,743	\$ 1,377	\$ 3,149	\$ 1,410	\$ 4,806

Asignación de costo general por procesos a productos A, B y C

A continuación presentamos la distribución de los costos generales a cada uno de los procesos para la producción de los productos A, B y C. La cantidad de unidades producidas en panadería asciende a 4500 unidades diarias. De este número total 1065 corresponde a Producto A, 1075 unidades a Producto B, la diferencia 2360 corresponde a los otros tipos de panes que se elaboran. La cantidad de unidades producidas en pastelería suma 40 unidades diarias, de este número 16 corresponden a bizcochos y la diferencia 24 a cakes. La asignación de costos generales se basa en esta información de unidades producidas.

Tabla 40
Unidades producidas panadería

Unidades producidas diaria	4500	100,00%
Producto A	1065	23,67%
Producto B	1075	23,89%
Otros tipos de panes	2360	52,44%

Tabla 41
Unidades producidas pastelería

Unidades producidas diarias	40	100,00%
Producto C	16	40,00%
Cakes	24	60,00%

Tabla 42
Cédula costos generales por procesos asignación Producto A

Detalle Costos Generales	Producto A		Proceso				
	23,67%	Pesado	Amasado y cortado	Moldeado	Leudado	Horneado	
Materiales de aseo	\$ 0,100	\$ 0,020	\$ 0,020	\$ 0,020	\$ 0,020	\$ 0,020	
Gas	\$ 1,183	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,183	
Agua	\$ 0,057	\$ 0,011	\$ 0,011	\$ 0,011	\$ 0,011	\$ 0,011	
Energía eléctrica	\$ 0,408	\$ 0,027	\$ 0,181	\$ 0,003	\$ 0,003	\$ 0,193	
Alimentación personal	\$ 1,052	\$ 0,210	\$ 0,210	\$ 0,210	\$ 0,210	\$ 0,210	
Control de plagas	\$ 0,028	\$ 0,006	\$ 0,006	\$ 0,006	\$ 0,006	\$ 0,006	
Arriendo	\$ 1,674	\$ 0,335	\$ 0,335	\$ 0,335	\$ 0,335	\$ 0,335	
Mantenimiento equipo de producción	\$ 0,394	\$ -	\$ 0,131	\$ -	\$ -	\$ 0,263	
Depreciación equipo de producción	\$ 1,098	\$ 0,013	\$ 0,289	\$ 0,039	\$ -	\$ 0,756	
Supervisión y calidad	\$ 1,104	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,104	
Total	\$ 7,099	\$ 0,622	\$ 1,184	\$ 0,625	\$ 0,586	\$ 4,082	

Tabla 43

Cédula costos generales por procesos asignación Producto B

Detalle Costos Generales	Producto B		Proceso			
	23,89%	Pesado	Amasado y cortado	Moldeado	Leudado	Horneado
Materiales de aseo	\$ 0,101	\$ 0,020	\$ 0,020	\$ 0,020	\$ 0,020	\$ 0,020
Gas	\$ 1,194	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,194
Agua	\$ 0,058	\$ 0,012	\$ 0,012	\$ 0,012	\$ 0,012	\$ 0,012
Energía eléctrica	\$ 0,411	\$ 0,027	\$ 0,183	\$ 0,003	\$ 0,003	\$ 0,195
Alimentación personal	\$ 1,062	\$ 0,212	\$ 0,212	\$ 0,212	\$ 0,212	\$ 0,212
Control de plagas	\$ 0,028	\$ 0,006	\$ 0,006	\$ 0,006	\$ 0,006	\$ 0,006
Arriendo	\$ 1,690	\$ 0,338	\$ 0,338	\$ 0,338	\$ 0,338	\$ 0,338
Mantenimiento equipo de producción	\$ 0,398	\$ -	\$ 0,133	\$ -	\$ -	\$ 0,265
Depreciación equipo de producción	\$ 1,108	\$ 0,013	\$ 0,292	\$ 0,040	\$ -	\$ 0,763
Supervisión y calidad	\$ 1,115	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,115
Total	\$ 7,166	\$ 0,628	\$ 1,195	\$ 0,631	\$ 0,591	\$ 4,120

Tabla 44

Cédula costos generales por procesos Asignación Producto C

Detalle Costos Generales	Producto C		Proceso		
	40,00%	Pesado	Amasado y cortado	Moldeado	Leudado
Materiales de aseo	\$ 0,042	\$ 0,011	\$ 0,011	\$ 0,011	\$ 0,011
Gas	\$ 0,333	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,333
Agua	\$ 0,054	\$ 0,014	\$ 0,014	\$ 0,014	\$ 0,014
Energía eléctrica	\$ 0,564	\$ 0,096	\$ 0,316	\$ 0,076	\$ 0,076
Alimentación personal	\$ 0,889	\$ 0,222	\$ 0,222	\$ 0,222	\$ 0,222
Control de plagas	\$ 0,012	\$ 0,003	\$ 0,003	\$ 0,003	\$ 0,003
Arriendo	\$ 0,700	\$ 0,175	\$ 0,175	\$ 0,175	\$ 0,175
Mantenimiento equipo de producción	\$ 0,200	\$ -	\$ 0,200	\$ -	\$ -
Depreciación equipo de producción	\$ 0,569	\$ 0,031	\$ 0,319	\$ 0,064	\$ 0,156
Supervisión y calidad	\$ 0,933	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,933
Total	\$ 4,297	\$ 0,551	\$ 1,260	\$ 0,564	\$ 1,923

4.5.3 Registros de costos según procesos y productos

Se presenta a continuación el costo de producción en cada uno de los procesos para los productos A, B y C.

Tabla 45
Registro de costos Producto A y B



		Panadería y pastelería				
Producto	Pesado	Amasado y cortado	Moldeado	Leudado	Horneado	
Recibe de proceso anterior:		\$ 81,949	\$ 84,696	\$ 136,638	\$ 137,716	
	\$ 80,701		\$ 47,265			
Producto A	\$ 0,625	\$ 1,563	\$ 4,052	\$ 0,492	\$ 0,787	
	\$ 0,622	\$ 1,184	\$ 0,625	\$ 0,586	\$ 4,082	
Subtotal que pasa a siguiente proceso:	\$ 81,949	\$ 2,747	\$ 51,942	\$ 1,078	\$ 4,869	
Subtotal (acumulado)	\$ 81,949	\$ 84,696	\$ 136,638	\$ 137,716	\$ 142,585	
Recibe de proceso anterior:		\$ 56,527	\$ 59,285	\$ 70,883	\$ 71,966	
	\$ 55,273		\$ 7,928			
Producto B	\$ 0,625	\$ 1,563	\$ 3,039	\$ 0,492	\$ 0,787	
	\$ 0,628	\$ 1,195	\$ 0,631	\$ 0,591	\$ 4,120	
Subtotal que pasa a siguiente proceso:	\$ 56,527	\$ 2,758	\$ 11,598	\$ 1,083	\$ 4,907	
Subtotal (acumulado)	\$ 56,527	\$ 59,285	\$ 70,883	\$ 71,966	\$ 76,874	
Total	\$ 138,476	\$ 143,981	\$ 207,521	\$ 209,682	\$ 219,459	

Tabla 46
Registro de costos Producto C

		Panadería y pastelería			
Producto	Pesado	Batido	Moldeado	Horneado	
Recibe de proceso anterior:		\$ 10,985	\$ 12,766	\$ 14,111	
	\$ 9,913				
Producto C	\$ 0,521	\$ 0,521	\$ 0,782	\$ 0,365	
	\$ 0,551	\$ 1,260	\$ 0,564	\$ 1,923	
Subtotal que pasa a siguiente proceso:	\$ 10,985	\$ 1,781	\$ 1,346	\$ 2,287	
Total acumulado	\$ 10,985	\$ 12,766	\$ 14,111	\$ 16,399	

El producto A tiene un costo de producción total de \$ 142,59 en 1065 unidades, el producto B un costo de producción total de \$ 76,87 en 1075 unidades y el producto C un costo de producción total de \$ 16,39 en 16 unidades.

4.6 Informes de costos por procesos

A continuación se presentan informes de cantidad y de producción de los productos A, B y C, que sirven para toma de decisiones en el negocio.


4.6.1 Informe de producción de cantidad

La característica del informe para este negocio es que se presenta sin inventarios de proceso según lo que corresponde al proceso de producción; las unidades equivalentes de proceso a unidades terminadas corresponden al 100%. Las unidades que inician se culminan dentro del mismo día, inclusive no se detectan pérdidas normales entre procesos, puesto que el inicio es el proceso que destina la cantidad de producto final según la receta del o los productos.

Producto A

Tabla 47


Informe de cantidad de producción diaria Producto A

 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO					
Informe de cantidad de producción					
Producto A (producción diaria)					
Unidades por distribuir	Pesado	Amasado y cortado	Moldeado	Leudado	Horneado
Unidades recibidas del proceso anterior		1065,00	1065,00	1065,00	1065,00
Unidades iniciadas en el periodo	1065,00				
Total de unidades a distribuir	1065,00	1065,00	1065,00	1065,00	1065,00
Distribución de unidades					
Unidades Terminadas y Transferidas	1065,00	1065,00	1065,00	1065,00	1065,00
Total de la distribución	1065,00	1065,00	1065,00	1065,00	1065,00

Producto B


Tabla 48

Informe de cantidad de producción diaria Producto B

 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO					
Informe de cantidad de producción					
Producto B (producción diaria)					
Unidades por distribuir	Pesado	Amasado y cortado	Moldeado	Leudado	Horneado
Unidades recibidas del proceso anterior		1075,00	1075,00	1075,00	1075,00
Unidades iniciadas en el periodo	1075,00				
Total de unidades a distribuir	1075,00	1075,00	1075,00	1075,00	1075,00
Distribución de unidades					
Unidades Terminadas y Transferidas	1075,00	1075,00	1075,00	1075,00	1075,00
Total de la distribución	1075,00	1075,00	1075,00	1075,00	1075,00

Producto C

Tabla 49.
Informe de cantidad de producción diario Producto C

 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO				
Informe de cantidad de producción				
Producto C (producción diaria)				
Unidades por distribuir	Pesado	Batido	Moldeado	Horneado
Unidades recibidas del proceso anterior		16,00	16,00	16,00
Unidades iniciadas en el periodo	16,00			
Total de unidades a distribuir	16,00	16,00	16,00	16,00
Distribución de unidades				
Unidades Terminadas y Transferidas	16,00	16,00	16,00	16,00
Total de la distribución	16,00	16,00	16,00	16,00

4.6.2 Informe de costos de producción

Se realiza el informe de costo de producción de cada producto A, B y C. Los costos de cada proceso se trasladan al siguiente hasta obtener el costo total de producción, el cual se divide para el número de unidades establecidas para determinar el costo unitario.

Producto A y B

Tabla 50

Informe costo de producción Producto A y B

Panadería y pastelería Guacaleo										
Producto	Pesado		Amasado y costado		Moldeado		Leudado		Horneado	
Unidades 1065	Costo total	Costo unitario	Costo total	Costo unitario	Costo total	Costo unitario	Costo total	Costo unitario	Costo total	Costo unitario
PRODUCTO A			\$ 81,949		\$ 84,696		\$ 136,638		\$ 137,716	
MP	\$ 80,701	\$ 0,076		\$ -	\$ 47,265	\$ 0,044		\$ -		\$ -
MO	\$ 0,625	\$ 0,001	\$ 1,563	\$ 0,001	\$ 4,052	\$ 0,004	\$ 0,492	\$ 0,000	\$ 0,787	\$ 0,001
CG	\$ 0,622	\$ 0,001	\$ 1,184	\$ 0,001	\$ 0,625	\$ 0,001	\$ 0,586	\$ 0,001	\$ 4,082	\$ 0,004
	\$ 81,949	\$ 0,077	\$ 2,747	\$ 0,003	\$ 51,942	\$ 0,049	\$ 1,078	\$ 0,001	\$ 4,869	\$ 0,005
Subtotal acumulado	\$ 81,949		\$ 84,696		\$ 136,638		\$ 137,716		\$ 142,585	
Unidades 1075			\$ 56,527		\$ 59,285		\$ 70,883		\$ 71,966	
PRODUCTO B										
MP	\$ 55,273	\$ 0,051		\$ -	\$ 7,928	\$ 0,007		\$ -		\$ -
MO	\$ 0,625	\$ 0,001	\$ 1,563	\$ 0,001	\$ 3,039	\$ 0,003	\$ 0,492	\$ 0,000	\$ 0,787	\$ 0,001
CG	\$ 0,628	\$ 0,001	\$ 1,195	\$ 0,001	\$ 0,631	\$ 0,001	\$ 0,591	\$ 0,001	\$ 4,120	\$ 0,004
	\$ 56,527	\$ 0,053	\$ 2,758	\$ 0,003	\$ 11,598	\$ 0,011	\$ 1,083	\$ 0,001	\$ 4,907	\$ 0,005
Subtotal acumulado	\$ 56,527		\$ 59,285		\$ 70,883		\$ 71,966		\$ 76,874	
Total	\$ 138,476		\$ 143,981		\$ 207,521		\$ 209,682		\$ 219,459	

Producto C

Tabla 51
Informe de costo producción Producto C

Panadería y pastelería									
Producto	Pesado		Batido		Moldeado		Horneado		
16 unidades	Costo total	Costo unitario	Costo total	Costo unitario	Costo total	Costo unitario	Costo total	Costo unitario	
PRODUCTO C			\$ 10,98		\$ 12,77		\$ 14,11		
MP	\$ 9,91	\$ 0,62		\$ -		\$ -		\$ -	
MO	\$ 0,52	\$ 0,03	\$ 0,52	\$ 0,03	\$ 0,78	\$ 0,05	\$ 0,36	\$ 0,02	
CG	\$ 0,55	\$ 0,03	\$ 1,26	\$ 0,08	\$ 0,56	\$ 0,04	\$ 1,92	\$ 0,12	
	\$ 10,98	\$ 0,69	\$ 1,78	\$ 0,11	\$ 1,35	\$ 0,08	\$ 2,29	\$ 0,14	
Total acumulado	\$ 10,98		\$ 12,77		\$ 14,11		\$ 16,40		

4.7 Determinación de la utilidad sobre ventas y el margen de contribución

La Utilidad sobre Ventas se determina restando del precio de venta menos el costo de producción unitario. La utilidad total del producto A es de \$ 70,42, del producto B \$ 84,38 y del producto C \$ 15,60. La utilidad sobre ventas es el valor que debe cubrir los gastos operacionales del negocio, es decir los gastos de administrativos y los de ventas del negocio, dejando una utilidad.

Tabla 52
Utilidad bruta de productos A, B y C

Utilidad bruta por producción					
Producto	Unidades	Precio venta	Costo unitario	Utilidad bruta unitaria	Utilidad bruta total por producción
A	1065	\$ 0,200	\$ 0,134	\$ 0,066	\$ 70,415
B	1075	\$ 0,150	\$ 0,071	\$ 0,078	\$ 84,376
C	16	\$ 2,000	\$ 1,012	\$ 0,975	\$ 15,601

El margen de contribución se determina mediante la resta de los ingresos, dado por el precio de venta multiplicado por el número de unidades vendidas (en este caso el mismo número de las producidas) menos el costo variable de producción (Anexo 8). El margen de contribución del Producto A \$ 85,03, Producto B \$ 98,05 y el Producto C \$ 22,09. El margen de contribución va a cubrir los gastos fijos identificados en el negocio.

Tabla 53
Margen de contribución

Producto	Ingreso Diario	Costo Variable	Margen de contribución
Producto A	\$ 213,000	\$ 127,966	\$ 85,034
Producto B	\$ 161,250	\$ 63,201	\$ 98,049
Producto C	\$ 32,000	\$ 9,913	\$ 22,087
Total	\$ 406,250	\$ 201,080	\$ 205,169

4.8 Gastos de operación

Se identificaron los gastos de operación del negocio. Los mismos se dividen en gastos administrativos y gastos de ventas. Los gastos administrativos son desembolsos que efectúa la panadería para llevar a cabo las actividades de gestión, operación y dirección del negocio. Los gastos de ventas son aquellos desembolsos que realiza la empresa para la venta, entrega y promoción de los productos. Para la determinación de los gastos se obtuvo de facturas y datos proporcionados por la panadería.

Tabla 54*Gastos de operación*

Gastos	Administración	Ventas
Sueldos y salarios	X	X
Suministro de aseo	X	X
Insumos de venta		X
Agua	X	X
Energía eléctrica	X	X
Publicidad		X
Alimentación personal	X	X
Control de plagas	X	X
Arriendo	X	X
Depreciación equipo, muebles y enseres	X	X

4.8.1 Gastos administrativos**Gasto personal administrativo**

El gasto del personal de administración se cancela a la persona encargada de la gestión, operación y dirección del negocio. Además por ser propietaria y representante legal de la panadería paga el 17,6% por aporte personal al IESS. El sueldo mensual de la propietaria es de \$ 700,00, para el área administrativa corresponde el 70% cuyo valor es \$490,00, la diferencia se destina al área de producción en funciones de control de calidad una vez terminado el proceso de horneado de los distintos productos que elabora la panadería.

A continuación se presenta el rol de pagos propuesto al área de administración.

Tabla 55
Rol de pagos administración


 ROL DE PAGOS MES: Septiembre 2022 DEPARTAMENTO: Administración														
Apellidos y nombres	Cargo	Días trabajados	Sueldo nominal	INGRESOS					Total ingresos	EGRESOS			Total egresos	TOTAL A PAGAR
				Horas extras				Total de ingresos gravados		Aporte personal	Anticipos	Préstamo quirografario		
				H.S	\$	H. E	\$							
Martha	Administradora	30	\$ 700,000					\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 123,200			\$ 123,200	\$ 576,800
TOTAL			\$ 700,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 123,200	\$ -	\$ -	\$ 123,200	\$ 576,800

Tabla 56
Gasto personal administración

Área	Porcentaje	Sueldo nominal	Aporte patronal
Administración	70%	\$ 490,000	\$ 86,240
Costos Generales			
Supervisión de calidad	30%	\$ 210,000	\$ 36,960
Total	100%	\$ 700,000	\$ 123,200

Suministro de aseo

El gasto por suministros de aseo se obtiene dividiendo el valor para todas las áreas que conforman la panadería de acuerdo a los metros cuadrados que utiliza el área administrativa el cual tiene un valor de \$ 2,02 mensual.

Tabla 57

Suministro de aseo área administración

	m²	Valor mensual
Aseo	8	\$ 2,017

Suministro de oficina

La panadería Guacaleo gasta mensualmente por concepto de suministros de oficina \$ 20,00 este valor se divide por las compras de diferentes artículos necesarios en esta área como resmas de papel, esferos, carpetas, entre otros.

Tabla 58

Gasto suministro y materiales

	Valor mensual
Suministro	\$ 20,000

Agua

Este gasto administrativo se determina a través del consumo de m³ de agua en la panadería, la misma que se utiliza para limpieza en el área administrativa y tiene un valor de \$ 1,812 mensual.

Tabla 59

Consumo agua área de administración

	m³	Valor mensual
Limpieza	1,20	\$ 1,812

Alimentación personal

Este negocio gasta en alimentación \$ 400,00 mensualmente, en el área administrativa debido a que labora únicamente una persona corresponde \$66,67 mensualmente, el resto es distribuido según el número de personas que laboran en las distintas áreas del negocio.

Tabla 60

Gasto alimentación personal administración

	Nº personas	Valor mensual
Alimentación	1	\$ 66,667

Control de plagas

Por control de plagas en el área de administración es de 0,56 mensual, este valor se obtiene de la división del total de \$ 8,33 que se cancela mensualmente y es distribuido por los metros cuadrados utilizado en cada área del negocio.

Tabla 61

Gasto control de plagas administración

	m ²	Valor mensual
Control de plagas	8	\$ 0,560

Arriendo

El valor de arriendo se divide por las tres áreas de acuerdo a sus metros cuadrados como se mencionó anteriormente. En el área administrativa se gasta mensualmente \$ 33,61.

Tabla 62

Gasto arriendo administración

	m ²	Valor mensual
Arriendo	8	\$ 33,613

Depreciación

Para obtener la depreciación se aplica el método de línea recta, es decir, se divide el valor del activo para los años de vida útil del bien, en el caso del equipo de computación 3 años de vida útil y para los muebles y enseres 10 años.

Tabla 63

Gasto depreciación

Cantidad	Descripción	Valor	Años depreciación	Depreciación anual	Depreciación mensual
1	Computadora Intel	\$ 800,000	3,000	\$ 266,667	\$ 22,222
1	Impresora	\$ 250,000	3,000	\$ 83,333	\$ 6,944
1	Estante	\$ 150,000	10,000	\$ 15,000	\$ 1,250
1	Escritorio	\$ 130,000	10,000	\$ 13,000	\$ 1,083

Gasto total administración

A continuación se presenta una tabla resumen del gasto mensual total del área de administración.

Tabla 64

Gasto total administración

Gasto Administración	Detalle	Gasto mensual
Sueldo administración	1 persona	\$ 403,760
Suministro de aseo	m ²	\$ 2,017
Suministro de oficina	por consumo	\$ 20,000
Agua	m ³	\$ 1,812
Alimentación personal	1 persona	\$ 66,667
Control de plagas	m ²	\$ 0,560
Arriendo	m ²	\$ 33,613
Depreciación	Método línea recta	\$ 31,500
Total		\$ 559,929

4.8.2 Gastos de ventas

Sueldos y salarios en ventas

El gasto en ventas es el pago a los empleados en el que se incluye el sueldo y beneficios sociales en el mes. A continuación se presenta el rol de pagos propuesto al área de ventas, el cual está conformada por dos empleadas, una a tiempo completo y otra a medio tiempo.

Tabla 65
Rol de pagos ventas



 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO														
ROL DE PAGOS														
MES: Septiembre 2022														
DEPARTAMENTO: Ventas														
Apellidos y nombres	Cargo	Días trabajados	Sueldo nominal	INGRESOS				Total de ingresos gravados	Total ingresos	EGRESOS			Total egresos	TOTAL A PAGAR
				Horas extras						Aporte personal	Anticipos	Préstamo quirografario		
				H.S	\$	H.E	\$							
Cando Lucero Johanna Cristina	Vendedora	30	\$ 433,240					\$ 433,240	\$ 433,240	\$ 40,941			\$ 40,941	\$392,299
Zhingri Pérez Carmen Lizbeth	Vendedora	30	\$ 216,620					\$ 216,620	\$ 216,620	\$ 20,471			\$ 20,471	\$196,149
TOTAL		60	\$ 649,860	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 649,860	\$ 649,860	\$ 61,412	\$ -	\$ -	\$ 61,412	\$588,448

Tabla 66
Rol de beneficios ventas

 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO							
ROL DE BENEFICIOS							
MES: Septiembre 2022							
DEPARTAMENTO: Ventas							
Apellidos y nombres	Cargo	Aporte patronal	XII	XIV	Fondo de reserva	Vacaciones	Total
Cando Lucero Johanna Cristina	Ventas	\$ 48,306	\$ 36,103	\$ 35,417	\$ 36,089		\$ 155,915
Zhingri Pérez Carmen Lizbeth	Ventas	\$ 24,153	\$ 18,052	\$ 17,708	\$ 18,044		\$ 77,958
TOTAL		\$ 72,459	\$ 54,155	\$ 53,125	\$ 54,133		\$ 233,873

Suministro de aseo

La panadería Gualaceo adquiere materiales de aseo por un valor mensual de 30,00 para todo el negocio, en el área de ventas el valor se obtiene dividiendo el total para el número de metros cuadrados que utiliza esta área.

Tabla 67

Gasto suministros de aseo ventas

	m²	Valor mensual
Suministro de aseo	48	\$ 12,101

Insumos

Para vender los productos a los clientes la panadería utiliza fundas plásticas de rollo 10x16, funda color DINA y funda blanca DINA, el valor promedio es de \$ 49,31 mensualmente.

Tabla 68

Gasto insumos

	Valor Mensual
Fundas plásticas	\$ 49,310

Agua

El valor mensual por consumo de agua en el área de ventas es de \$ 4,53 mensualmente debido a que se utiliza 3 m³ de agua aproximadamente al mes en limpieza.

Tabla 69

Gasto consumo agua limpieza

	m³	Valor mensual
Limpieza	3,00	\$ 4,531

Energía eléctrica

A continuación se determina el consumo de energía eléctrica en el área de ventas por los KWh que utiliza en los diferentes electrodomésticos que están dentro de esta área. El valor por KWh es de 0,10 centavos.

Tabla 70
Gasto energía eléctrica ventas

Cantidad	Descripción	Watts	Horas	Minutos	KWh	\$ por KWh	Valor mensual
3	Frigoríficos	750	8	480	6	\$ 0,100	\$ 18,000
1	Vitrina pastelera	280	24	1440	6,72	\$ 0,100	\$ 20,160
2	Galleteras	80	10	600	0,8	\$ 0,100	\$ 2,400
2	Paneras	90	10	600	0,9	\$ 0,100	\$ 2,700
1	Caja registradora	150	7	420	1,05	\$ 0,100	\$ 3,150
6	Focos	60	13	780	0,78	\$ 0,100	\$ 2,340

Publicidad

La publicidad que realiza la panadería es por medio de radio conocida como la mega 96.6 FM, la cuña publicitaria da a conocer los productos que oferta la panadería todos los días cada dos horas con una duración de un minuto.

Tabla 71
Gasto publicidad

	Valor Mensual
Radio	\$ 800,000

Alimentación Personal

La alimentación del personal se divide para las tres áreas de la panadería, mensualmente se cancela por concepto de alimentación \$400,00 en el caso del área de ventas es de \$ 133,33 por dos personas que conforman la misma.

Tabla 72
Gasto alimentación personal

	Nº personas	Valor mensual
Alimentación	2	\$ 133,333

Control de plagas

El control de plagas en el negocio lo realizan cada 6 meses por \$50.00. Este valor se distribuye según el número de metros cuadrados en el área de ventas, cuyo valor mensual es de \$3,36.

Tabla 73
Gasto control plagas ventas

	m ²	Valor mensual
Control de plagas	48	\$ 3,361

Arriendo

Para obtener el gasto de arriendo en el área de ventas se lo realiza a través del número de metros cuadrados que tiene esta área. El valor mensual del área de ventas es de \$201,68.

Tabla 74
Gasto arriendo ventas

	m ²	Mensual
Arriendo	48	\$ 201,681

Depreciación

La depreciación para el área de venta se realiza aplicando el método de línea recta.

Tabla 75.
Gasto depreciación maquinaria y equipo y muebles y enseres

Cantidad	Descripción	Valor	Años depreciación	Depreciación anual	Depreciación mensual
3	Frigoríficos	\$1.800,000	10	\$ 180,000	\$ 15,000
1	Vitrina pastelera	\$1.500,000	10	\$ 150,000	\$ 12,500
2	Galleteras	\$1.600,000	10	\$ 160,000	\$ 13,333
2	Paneras	\$ 800,000	10	\$ 80,000	\$ 6,667
1	Caja registradora	\$ 400,000	10	\$ 40,000	\$ 3,333
6	Caja	\$ 800,000	10	\$ 80,000	\$ 6,667
2	Mesa y 6 sillas	\$ 486,000	10	\$ 48,600	\$ 4,050
1	Estante	\$ 300,000	10	\$ 30,000	\$ 2,500

Gasto total ventas

A continuación se presenta la tabla resumen de los gastos de ventas mensual.

Tabla 76
Gasto total ventas

Gastos ventas	Detalle	Gasto mensual
Sueldos y beneficios sociales	2 personas	\$ 822,321
Suministro de aseo	m ²	\$ 12,101
Insumos	por consumo	\$ 49,310
Agua	m ³	\$ 4,531
Energía eléctrica	KWh	\$ 48,750
Publicidad	Radio	\$ 800,000
Alimentación personal	2 personas	\$ 133,333
Control de plagas	m ²	\$ 3,361
Arriendo	m ²	\$ 201,681
Depreciación	Método línea recta	\$ 64,050
Total		\$ 2.139,438

4.9 Estado de resultados

A continuación se presenta el estado de resultados mensual. En él se refleja los ingresos y costos de los productos del negocio, así como también se presentan los gastos de operación y la utilidad operacional.

Tabla 77.
Estado de resultados panadería Gualaceo

Panadería y pastelería Gualaceo					
Estado de resultados					
	Producto A	Producto B	Producto C	Otros productos	Total
Ingresos	\$6390,000	\$4837,500	\$ 960,000	\$ 5800,000	\$17987,500
Costos	\$4277,556	\$2306,211	\$ 491,959	\$ 4250,000	\$11325,726
Utilidad bruta en Ventas					\$ 6661,774
Gastos Operacionales					\$ 2699,367
Gastos administrativos		\$ 559,929			
Gastos de ventas		\$ 2139,438			
Utilidad Operacional					\$ 3962,407

Los ingresos mensuales son \$17787,50, el producto A. B y C conforma el 67.76% de las ventas totales, mientras que el 32,24% de ingresos corresponde al resto de productos que produce el negocio. En cuanto a los costos conforman el 62,96% de las ventas obteniendo una utilidad bruta del 37,04%.

Por otra parte los gastos de ventas son mayores en un 79,26% que los gastos administrativos. Finalmente la utilidad operacional de la empresa es de \$3962,40 mensuales.

4.10 Plan de cuentas

Se propone un plan de cuentas para la panadería y pastelería con el fin de que sea útil para un futuro, si bien es cierto al ser una pequeña empresa y no está obligada a llevar contabilidad por lo que no debe llevar los respectivos registros. El objetivo principal de la empresa es seguir creciendo y poder posicionarse a nivel nacional por ello es necesario proponer el registro contable de los ingresos, costos y gastos que fueron determinados en este capítulo. (Anexo 8)

Para del plan de cuenta se utiliza el siguiente nivel de código:

Elemento	1
Grupo	1.1
Cuenta	1.1.1
Sub – cuenta	1.1.1.01
Auxiliar	1.1.1.01.01

4.11 Estrategias de comercialización

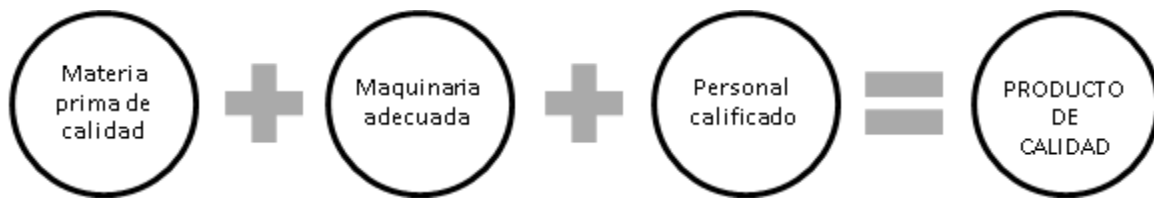
El análisis de las 7p facilita el crecimiento del negocio y en este caso es muy oportuno ya que la administración está dispuesta al cambio para mejoramiento. De las entrevistas realizadas a los funcionarios y del análisis situacional realizado en el presente trabajo, se podría interpretar que, a su manera, el negocio aplica las 7p, pues según la experiencia ha intentado formas para aumentar las ventas de los distintos productos, sin conocer exactamente la teoría sobre las 7p, la cual correctamente aplicada, desemboca en estrategias pertinentes.

1°P-Producto

La panadería Gualaceo ofrece distintos productos a los clientes; los elabora con materia prima de calidad y se preocupa por la capacitación de sus trabajadores para ofrecer un buen producto.

El fin de la aplicación de esta estrategia es la entrega de un producto de calidad al cliente. En la figura 10 se aprecia los aspectos que este estudio considera relevantes para la calidad del producto.

Figura 10
Producto de calidad



La integración de **materia prima de calidad** según la experiencia a lo largo del tiempo, esto es la harina de pan y grasas de la línea maestro, con sus marcas específicas; el uso de **maquinaria efectiva** para la preparación, **personal calificado** (capacitado).

Asimismo la **presentación de los productos** permite que la empresa mejore sus ventas logrando posicionarse en el mercado. Para la venta de los productos la panadería ha implementado rótulos con el nombre del pan y el precio de los productos que ofrece al cliente.

Figura 11
Rótulos para paneras



Fuente: Panadería y pastelería Gualaceo

2°P - Precio

El precio de un producto al ser una variable no controlable por el negocio y establecer prácticamente el margen de ganancia sobre ventas, y sobre todo en este tipo de negocio es sensible dentro del mercado. En el cantón Gualaceo existe alta competencia, lo cual impide la variación o cambio del precio. Una forma indirecta de afectación al precio ha sido una mínima reducción del peso del pan sin descuidar la calidad del producto y el seguimiento de los objetivos.

Otra acción efectiva para retener clientes a través de la afectación del precio ha sido la diferenciación del mismo para los clientes que rutinariamente compran en mayor volumen o quienes lo hacen para fiestas o eventos. Los descuentos varían entre el 5% y 10% tanto para los productos de panadería como de pastelería.

3°P-Punto de Venta

El punto físico en donde el negocio oferta sus productos es en el Cantón Gualaceo, con su dirección específica (mantenida en reserva) tiene gran afluencia de clientes, que inclusive viajan desde cantones vecinos como Cuenca, Chordeleg, Sigsig, Paute y otros del Oriente.

En el tiempo el negocio sí ha tenido ciertas complicaciones, como fue el cambio de ubicación de una empresa que por su condición de servicios influía en la buena demanda hacia la panadería; sin embargo el punto de venta se ha mantenido y con la oferta permanente de productos de calidad y en su momento acciones de publicidad se ha logrado que los clientes regresen

4°P-Promoción

La promoción es importante para que el cliente conozca la ubicación y los productos que ofrece un determinado negocio, podrían existir casos con excelentes productos y ubicación y que por deficiente promoción de los productos mantienen ventas bajas. La panadería Gualaceo contrata publicidad en radio; utiliza etiquetas y cartones con logo aunque en ciertos productos; además de crear una página de Facebook y acceder a un número de celular con WhatsApp. Las cuñas publicitarias se pasa en un medio radial importante de la provincia. La pastelería en cuanto a dulces, que generalmente se empaacan con etiquetas mayormente adquieren turistas que vienen desde y a diferentes partes del Ecuador. Las cajas para tortas, con el logo le ha posicionado mejor al negocio

Figura 12
Etiqueta dulces – Página de Facebook



Fuente: Panadería y pastelería Gualaceo

5°P-Personal

Los trabajadores deben conocer el mercado donde se ofertan los diferentes productos que elabora un negocio; el trato al cliente es de mucha atención por parte de la dueña del negocio por lo que el personal de ventas en la panadería es capacitado para atender cordial y

oportunamente a los clientes, y así cumplir con las expectativas de los mismos. De igual manera el personal de producción es capacitado adecuadamente para el manejo de equipo de producción e insumos necesarios. La capacitación se basa en la experiencia y el conocimiento de mejores prácticas a lo largo del tiempo y vida del negocio.

6°P-Proceso

Para la venta en la panadería, el proceso es generalmente rápido con la presencia cercana del cliente, quien ingresa al local, el personal de ventas lo recibe amablemente y seguidamente indica con exactitud el lugar del producto requerido por el cliente. El personal empaqueta y hace la cuenta respectiva del total de los productos requeridos, el cliente cancela y el personal cierra el proceso de atención al cliente de manera cordial.

Figura 13
Proceso atención al cliente



7°P-Presentación

En la panadería Gualaceo el personal está pendiente de la apariencia del negocio, lo que involucra la presentación y ubicación de los productos, estos deben estar frescos en un área limpia y ordenada. La presentación o prueba física del negocio, al ser la primera impresión que se lleva el cliente del establecimiento, requiere de constante atención, considerando además que ahí se ofertan alimentos que se consumen al momento.

4.11.1 Propuesta de estrategias de comercialización

Con el análisis previo se determinan nuevas estrategias de comercialización que ayudan a mejorar y posicionar los productos de la panadería y pastelería en el mercado. Se presenta también cómo estas influenciarían en los gastos en caso de ser implementadas en el negocio.

Según la literatura se describen aspectos importantes de esta metodología 7p en cuanto al negocio en estudio:

1. Target, es decir identificar al consumidor con el fin de determinar las necesidades. Los elementos que se toman en cuenta en este grupo es la edad, el ingreso

financiero, el segmento principal para venta de los productos. En el caso de la panadería el target son las personas aledañas al cantón Gualaceo con ingresos bajos, medios y altos; al ser un producto que se consume diariamente en las familias gualacenses no hay distinción de edades ya que desde los más pequeños hasta adultos consumen los productos.

2. Disponibilidad de inversión con el fin de crear un presupuesto para la aplicación de las estrategias y estas sean implementadas sin contratiempos ni retrasos. En el negocio se cuenta con la intención de inversión para la aplicación de estas estrategias.
3. Determinar las estrategias para la implementación, una vez analizada la competencia. La empresa es observadora innata de lo que hace su competencia, esto va a permitir identificar con mayor agilidad las nuevas preferencias de los clientes.

De acuerdo a las 7 p la panadería y pastelería Gualaceo puede implementar las siguientes estrategias.

Tabla 78
Propuesta estrategia

Estrategia	Actividad
Producto	Empaque
Promoción	Publicidad Participar eventos Recompensa clientes
Punto de venta	Venta a restaurantes y tiendas

Producto

Empaques

Implementar el uso de fundas de papel biodegradable con el objetivo de cuidar y mantener los productos de panadería en perfecto estado, de esta manera lograr distinción con la competencia, además adherir etiquetas atractivas donde conste el logo, las redes sociales, número de contacto y la ubicación del negocio.

Tabla 79
Gasto estrategia empaque

Gasto de ventas – mensual		
Detalle	Cantidad	Valor
Etiquetas adhesiva	1250,000	\$ 20,000
Fundas de papel biodegradable	1250,000	\$ 87,500

Promoción

Publicidad

Implementar mayor publicidad a través de hojas volantes, tarjetas de presentación, que deben ser entregados en lugares estratégicos que tenga mayor afluencia de personas y procurar que la misma sea clara, concreta y sobre todo ordenada para que las personas a quienes llegue conozca de lo que oferta la panadería.

Tabla 80

Gasto estrategia publicidad

Gasto de ventas – cada dos meses		
Detalle	Cantidad	Valor
Volantes	1000	\$ 45,000
Cartas de presentación	1000	\$ 20,000

Participar en eventos

Participar en eventos gastronómicos con el objetivo de promocionar y ofrecer muestras de los productos que elabora la panadería. Esto ayuda a que la localidad tenga la oportunidad de degustar para que un futuro desee comprar.

Tabla 81

Gasto estrategia participación en eventos

Gasto de ventas – dos veces al año		
Detalle	Cantidad	Valor
Obsequiar productos	100	\$ 40,000
Colaboración feria	1	\$ 70,000
Decoración estante	Varios	\$ 5,000

Recompensa Clientes

Implementar programas de recompensas para usuarios que adquieren productos de panadería y pastelería, con el fin de atraer clientes y premiar la fidelidad de los mismos. Al mismo tiempo esta estrategia ayudará dar a conocer nuevos producto que tenga el negocio como el pan de zambo.

Las recompensas pueden ser:

- Por la compra de \$10,00, gratis un dulce de higo.
- Por la compra de \$5,00, gratis un pan de zambo.

Tabla 82

Gasto estrategia recompensa clientes

Gasto de ventas – cada dos meses		
Detalle	Cantidad	Valor
Gastos recompensa	Varios	\$ 80,000

Punto de Venta

Ventas a restaurantes y tiendas

Realizar alianzas con locales comerciales como restaurantes y tiendas para que el producto llegue a otros sectores generando crecimiento al negocio, a través de terceras personas.

Tabla 83

Gasto estrategia punto de venta

Gasto de ventas – mensual	
Detalle	Valor
Vendedor	\$ 425,000
Aporte patronal	\$ 47,388
Décimo tercer sueldo	\$ 35,417
Décimo cuarto sueldo	\$ 35,417

Presupuesto Mensual

A continuación se presenta el presupuesto mensual de los gastos que se propone, al implementarse las estrategias en la empresa aumentará en un 25,48% los gastos de ventas de \$ 2139,44 a \$ 2870,99.

En un futuro el incremento de los gastos si se aplican estas estrategias ayudan de manera directa a que aumenten los ingresos, ya que la panadería tiene la capacidad para aumentar su producción debido a que la propietaria tiene en sus aspiraciones adquirir nuevo equipo de producción, el cual reducirá el tiempo de producción de los diferentes productos que elabora actualmente.

Tabla 84

Presupuesto estrategias mensual

Presupuesto mensual				\$	731,554	
Estrategia	Gasto	Cantidad	Monto	Periodo	Valor mensual	Asignación
Empaques	Etiquetas adhesivas	1250	\$ 20,000	Mensual	\$ 20,000	2,73%
	Funda de papel biodegradable	1250	\$ 87,500	Mensual	\$ 87,500	11,96%
Publicidad	Volantes	1000	\$ 45,000	Cada tres meses	\$ 15,000	2,05%
	Cartas de presentación	1000	\$ 20,000	Cada tres meses	\$ 6,667	0,91%
Participar en eventos	Obsequiar productos	100	\$ 40,000	Dos veces al año	\$ 6,667	0,91%
	Colaboración feria	1	\$ 70,000	Dos veces al año	\$ 11,667	1,59%

	Decoración estante	Varios	\$ 5,000	Dos veces al año	\$ 0,833	0,11%
Recompensa clientes	Gastos recompensa	Varios	\$ 80,000	Cada dos meses	\$ 40,000	5,47%
Ventas a restaurantes y tiendas	Vendedor	1	\$ 425,000	Mensual	\$ 425,000	58,10%
	Aporte Patronal		\$ 47,388	Mensual	\$ 47,388	6,48%
	Décimo cuarto		\$ 35,417	Mensual	\$ 35,417	4,84%
	Décimo tercero		\$ 35,417	Mensual	\$ 35,417	4,84%

A continuación se presenta el estado de resultados aplicando los gastos de las nuevas estrategias.

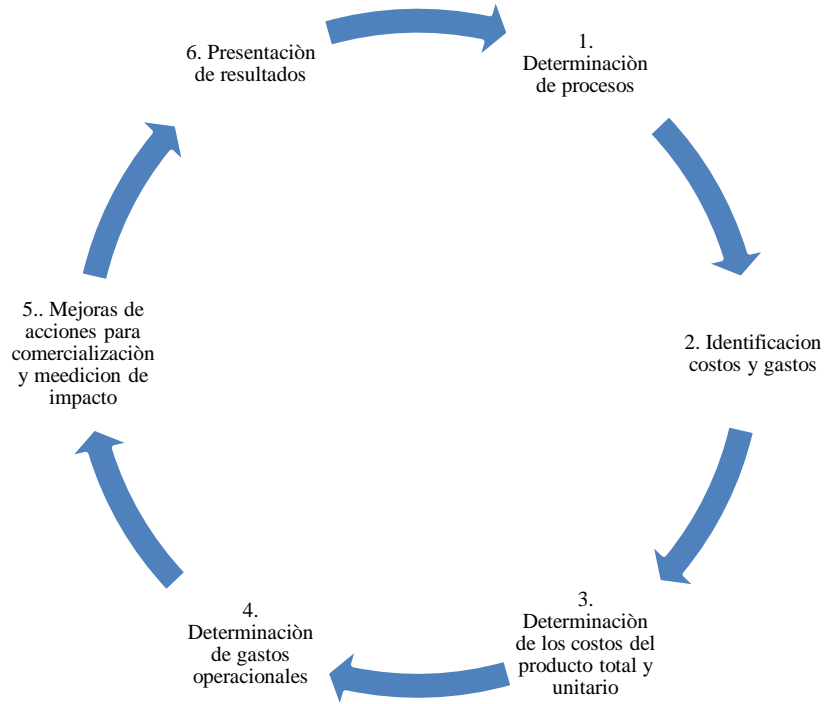
Tabla 85

Estado de resultados mensual aplicando las nuevas estrategias de comercialización

Panadería y pastelería Gualaceo					
Estado de resultados					
	Producto A	Producto B	Producto C	Resto de productos	Total
Ingresos	\$6390,000	\$4837,500	\$ 960,000	\$ 5800,000	\$17987,500
Costos	\$4277,556	\$2306,211	\$ 491,959	\$ 4250,000	\$11325,726
	Utilidad bruta				\$ 6661,774
	Gastos				\$ 3430,917
Gastos administrativos		\$ 559,929			
Gastos de ventas		\$ 2139,438			
Gastos al implementar nuevas estrategias		\$ 731,554			
	Utilidad operacional				\$ 3230,857

4.12 Diseño para control costos y gastos

A continuación se presenta el modelo para aplicar un sistema de costos y determinación de gastos operacionales en el que se puede implementar nuevas estrategias de comercialización en una panadería y pastelería.



Capítulo V

Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones y limitaciones

Finalizado el trabajo de un sistema para controlar costos y gastos en la panadería y pastelería Gualaceo con nuevas estrategias de comercialización se han obtenido las siguientes conclusiones.

La propuesta para el control de costos y gastos desemboca en la realización de pasos continuos, considerando análisis contable, operacional y estratégico.

El precio de venta al público por el volumen de ventas supera los costos y gastos, lo cual permite obtener utilidad, sin embargo podría el costo disminuir con el uso de nuevo equipo. Con la obtención de información de la empresa se evidenció que el equipo de producción usado en la área de la panadería están por cumplir su vida útil, debido a que su eficiencia no es del 100%, en el caso del horno giratorio apenas 12 de las 16 latas se hornean correctamente, de igual manera sucede con la cámara de leudo, la amasadora demora 10 minutos más de lo que deberían demorar en amasar según sus operarios, asimismo sucede con la cortadora y las latas que están en mal estado. Todos estos puntos antes mencionados hacen que los costos se incrementen ya que el uso del tiempo es mayor tanto en la mano de obra como en costos generales como la energía eléctrica.

Se consideró un sistema de costos por procesos con nueva información para el negocio, desglosada en sus elementos. El costo permitió conocer que en el negocio existe utilidad sobre ventas y operacional.

Se conocieron a detalle los gastos para el movimiento del negocio como gastos administrativos y ventas, los cuales deben ser presentados ordenadamente para que el negocio contemple optimización de los mismos.

La determinación de mejoras para comercialización se presentó como estrategias luego de un análisis situacional del negocio, lo que permitió conocer la situación actual y planeación de acciones de comercialización para el futuro

5.2. Recomendaciones

Las recomendaciones propuestas a panadería y pastelería Gualaceo fueron las siguientes:

La Panadería y pastelería Gualaceo debe implementar el sistema por procesos con todos los productos que fábrica realizando los ajustes necesarios para obtener el costo, de esta manera conocer las ganancias e incrementar el precio de venta si es necesario.

En este negocio se recomienda aplicar las nuevas estrategias de comercialización para lograr que las ventas se incrementen y con ello utilizar toda la capacidad que tiene el departamento de producción. Asimismo implementar nuevas recetas para llegar a un mayor mercado y promocionar los productos, crear programa de recompensas a los clientes, realizar alianzas con restaurantes, tiendas locales, participar en eventos gastronómicos y entregar hojas volantes.

Al igual se recomienda organizar y controlar los costos y gastos que utiliza en la elaboración y venta de los distintos productos que ofrece la panadería para lograr una mayor eficiencia, eliminar costos y gastos innecesarios en la producción, además buscar nuevos proveedores que brinden mejores precios y promociones al momento de adquirir las diferentes materias primas debido a que esto ayudaría a la empresa a disminuir sus costos en materia prima y ser más competitivo en el mercado.

Controlar el tiempo en cada uno de los procesos productivos identificados en la producción de los panes y bizcochos para lograr que tanto la mano de obra como la maquinaria sean usadas con mayor eficiencia y de esta manera lograr que la empresa reduzca costos e incrementar la utilidad en la empresa.

La empresa debe implementar una mayor comunicación entre el área administrativa, ventas y producción para obtener un control en la producción y conocer cuántas unidades de pan producen al día, cuántas unidades venden y qué productos deben incrementar o reducir la producción. Igualmente llevar un control de la adquisición de los inventarios para saber qué productos tienen en stock para la producción.

Referencias

- Balanda, O. (2005). *Contabilidad de costos*. Editorial Universidad de Misiones.
- Barajas, H. P. (2010). *Fundamentos de costos*. Alfaomega Grupo.
- Barriga, M., Asunción, R., Sánchez, J., & Balseca, M. (2020). *Importancia de la contabilidad de costos en el control administrativo de los emprendedores*. 2(2), 48-62.
- Cámara de Industrias y Producción. (2021). *Balance del sector industrial en 2021 y proyecciones de la CIP para 2022*. <https://www.cip.org.ec/2021/12/27/balance-del-sector-industrial-en-2021-y-proyecciones-de-la-cip-para-2022/>
- Cedeño, K., Cedeño, P., & Montoya, J. (2019). La Contabilidad de Costos y su relación en el ámbito de aplicación de las entidades Manufactureras o Industriales. *Journal of Science and Research*, 4(1), Art. 1. <https://doi.org/10.26910/issn.2528-8083vol4iss1.2019pp14>
- Flores, E. (2021). Reactivación económica en Ecuador: ¿Cómo impulsar el sector panificador? - Gamavisión. *Gamavisión*. <https://www.gamavision.com.ec/reactivacion-economica-en-ecuador-como-impulsar-el-sector-panificador/print/>
- García, J. (2014). *Contabilidad de costos* (4a ed.). McGraw-Hill.
- INEC. (2020). *Visualizador de Estadísticas Empresariales*. https://public.tableau.com/views/VisualizadordeEstadisticasEmpresariales/Dportada?%3Adisplay_static_image=y&%3AbootstrapWhenNotified=true&%3Aembed=true&%3ALanguage=es-ES&:embed=y&:showVizHome=n&:apiID=host0#navType=0&navSrc=Parse
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). (2018). *El Mercado y la Comercialización*. <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf>
- Leòn, G. (2021). Pan, el infaltable de los ecuatorianos. *Ecuador a Bocados*. <https://ecuadorabocados.com/2021/10/08/pan-pan-pan-el-infaltable-de-los-ecuatorianos/>
- Líderes. (2021). *La industria panificadora se halla en crecimiento*. <http://www.revistalideres.ec/lideres/industria-panificadora-crecimiento-ecuador-produccion.html>
- Organización Internacional del Trabajo. (2016). *Comercialización* (2016.^a ed.). Creative Commons Reconocimiento-CompartirIgual 3.0; PDF. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf


- Palou, N. (2017). ¿El pan afecta al medio ambiente? *Vanguardia*.
<https://www.lavanguardia.com/vivo/ecologia/20170309/42677318720/pan-medio-ambiente-fertilizantes-contaminantes-gases-efecto-invernadero.html>
- Pineda, E. (2013). *Diseño de un sistema de costos para pymes*. 2(4), 18-35.
- Plasencia, M. (2017). *Análisis de las estrategias competitivas que utilizan las pequeñas panaderías de la provincia del Azuay (mipro)*. [Proyecto integrador, Universidad de Cuenca]. PDF.
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/27126/1/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n.pdf>
- Polimeni, R., Fabozzi, F., Adelberg, A., & Kole, M. (1989). *Contabilidad de costos: Conceptos y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales* (3a ed.). McGraw-Hill.
- Ramón, F. (2022). Panificadores buscan una solución al incremento de precios—Diario El Mercurio. *El Mercurio*. <https://elmercurio.com.ec/2022/05/25/panificadores-buscan-una-solucion-al-incremento-de-precios/>
- Soto, C., & Vásquez, F. (2009). *Costos: Decisiones empresariales*. Ecoe Ediciones.
- Taipe, F., & Pazmiño, F. (2021). *Consideración de los factores o fuerzas externas e internas a tomar en cuenta para el análisis situacional de una empresa | Revista Publicando*.
<https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/48>
- Zambrano, L. (2022). Los panaderos piden al Gobierno que los dejen importar insumos. *Expreso*. <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/panaderos-acumulan-problemas-anos-subida-precios-insumos-123497.html>
- Zapata, P. (2015). *Contabilidad de Costos: Herramientas para la toma de decisiones* (2da ed.). Alfaomega. <https://www.buscalibre.us/libro-contabilidad-de-costos-2-ed-herramientas-para-la-toma-de-decisiones/9789586829809/p/46879950>










Anexos

Anexo A. Productos Panadería y Pastelería Gualaceo

Panadería y pastelería Gualaceo 			
N°	Tipo	Nombre	Producto
1	Sal	Pan de casa	
2	Sal	Pan casa sin queso	
3	Sal	Pan de choclo	
4	Sal	Pan de yuca	
5	Sal	Pan de gusano	
6	Sal	Pan enquesillado	
7	Sal	Pan palanqueta	
8	Sal	Pan Trigo	
9	Sal	Pan picado	

10	Sal	Pan galleta	
11	Sal	Mestizo	
12	Sal	Pan de nata	
13	Sal	Pan cachito	
14	Sal	Pan enrollado	
15	Sal	Pan cereal	
16	Sal	Pan de maíz	
17	Sal	Roscas de manteca	
18	Sal	Empanada de queso	
19	Dulce	Naranja	
20	Dulce	Pan de canela	

21	Dulce	Pan de coco	
22	Dulce	Pan de chocolate	
23	Dulce	Pan de panela	
24	Dulce	Empanada de dulce	
25	Dulce	Pan yemita	
26	Dulce	Empanadita de guayaba	
27	Dulce	Pan de leche	
28	Dulce	Galletitas x 8	
29	Dulce	Donas	
30	Dulce	Cocadas	
31	Dulce	Quesadillas	

32	Cake	Banano - Naranja	
33	Dulce	Bizcochuelos	
34	Dulce	Conos	
35	Dulce	Melvas	
36	Dulce	Pañuelos	
37	Dulce	Galletas con chipas de chocolate	
38	Dulce	Suspiros	
39	Dulce	Cortados	
40	Dulce	Roscas	

Fuente: Panadería y pastelería Gualaceo

Anexo B. Producción panadería 30 días

Anexo C. Proceso elaboración pan

Proceso de pesado



Proceso de amasado y cortado



Proceso de moldeado



Proceso de leudado



Proceso de horneado



Anexo D. Proceso de Pastelería Panadería y Pastelería Gualaceo

Proceso de pesado



Proceso de batido



Proceso de moldeado





Proceso de horneado





Anexo E. Kárdex


Kárdex Materia Prima


 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO KÁRDEX MP										
Artículo: Harina pan de oro							COD. REFERENCIA: 1.1.3.01.01			
Unidades de medida: Kilogramos					PRESENTACION: 50 kg		Existencia mínima	200,00	Existencia máxima	7000,00
Proveedores: Corporación Superior										
Métodos de valoración:			Promedio ponderado		x		FIFO		x	
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIA		
		Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1- sep- 2022	Inventario Inicial							400,00	\$ 0,86	\$ 342,40
1- sep- 2022	Compra	3750,00	\$ 0,86	\$ 3.210,00				4150,00	\$ 0,86	\$ 3.552,40
1- sep- 2022	Salida producción – Producto A				27,22	\$ 0,86	\$ 23,30	4122,78	\$ 0,86	\$ 3.529,10
1- sep- 2022	Salida producción – Producto B				27,22	\$ 0,86	\$ 23,30	4095,57	\$ 0,86	\$ 3.505,81
1- sep- 2022	Salida producción – Producto C				1,80	\$ 0,86	\$ 1,54	4093,77	\$ 0,86	\$ 3.504,27


 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO KÁRDEX MP										
Artículo: Azúcar							COD. REFERENCIA: 1.1.3.01.02			
Unidades de medida: Kilogramos					PRESENTACION: 50 kg		Existencia mínima	30,00	Existencia máxima	500,00
Proveedores:										
Métodos de valoración:			Promedio ponderado		x		FIFO		x	
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIA		
		Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1- sep- 2022	Inventario Inicial							50,00	\$ 0,84	\$ 42,00
1- sep- 2022	Compra	300,00	\$ 0,84	\$ 252,00				350,00	\$ 0,84	\$ 294,00
1- sep- 2022	Salida producción - Producto A				2,72	\$ 0,84	\$ 2,29	347,28	\$ 0,84	\$ 291,71
1- sep- 2022	Salida producción - Producto B				2,72	\$ 0,84	\$ 2,29	344,56	\$ 0,84	\$ 289,43
1- sep- 2022	Salida producción - Producto A				1,75	\$ 0,84	\$ 1,47	342,81	\$ 0,84	\$ 287,96


 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO											
KÁRDEX MP											
Artículo: Manteca							COD. REFERENCIA: 1.1.3.01.03				
Unidades de medida: Kilogramos				PRESENTACION: 27,5 kg			Existencia mínima	100,00	Existencia máxima	300,00	
Proveedores: Dasamdist Cia. Ltda.											
Métodos de valoración:			Promedio ponderado		x		FIFO		x		
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIA			
		Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	
1- sep- 2022	Inventario Inicial							20,00	\$ 2,55	\$ 50,91	
1- sep- 2022	Compra	165,00	\$ 2,55	\$ 420,00				185,00	\$ 2,55	\$ 470,91	
1- sep- 2022	Salida producción - Producto A				9,03	\$ 2,55	\$ 22,97	175,97	\$ 2,55	\$ 447,94	
1- sep- 2022	Salida producción - Producto B				9,07	\$ 2,55	\$ 23,09	166,90	\$ 2,55	\$ 424,84	


 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO											
KÁRDEX MP											
Artículo: Levadura							COD. REFERENCIA: 1.1.3.01.04				
Unidades de medida: Kilogramos				PRESENTACION: 500 gr			Existencia mínima	20,00	Existencia máxima	200,00	
Proveedores: Levapan											
Métodos de valoración:			Promedio ponderado		x		FIFO		x		
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIA			
		Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	
1- sep- 2022	Inventario Inicial							60,00	\$ 5,02	\$ 301,30	
1- sep- 2022	Compra	17,50	\$ 5,02	\$ 87,88				77,50	\$ 5,02	\$ 389,18	
1- sep- 2022	Salida producción - Producto A				0,64	\$ 5,02	\$ 3,19	76,87	\$ 5,02	\$ 385,99	
1- sep- 2022	Salida producción - Producto B				0,64	\$ 5,02	\$ 3,19	76,23	\$ 5,02	\$ 382,81	


 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO										
KÁRDEX MP										
Artículo: Huevos							COD. REFERENCIA: 1.1.3.01.05			
Unidades de medida: Unidades 60 gr				PRESENTACION: Cubeta			Existencia mínima	90,00	Existencia máxima	1500,00
Proveedores: Productor de Gualaceo										
Métodos de valoración:			Promedio ponderado		x		FIFO		x	
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIA		
		Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1- sep- 2022	Inventario Inicial							90,00	\$ 0,11	\$ 9,59
1- sep- 2022	Compra	1320,00	\$ 0,11	\$ 140,60				1410,00	\$ 0,11	\$ 150,19
1- sep- 2022	Salida producción - Producto A				267,00	\$ 0,11	\$ 28,44	1143,00	\$ 0,11	\$ 121,75
1- sep- 2022	Salida producción - Producto B				30,00	\$ 0,11	\$ 3,20	1113,00	\$ 0,11	\$ 118,55
1- sep- 2022	Salida producción - Producto C				60,00	\$ 0,11	\$ 6,39	1053,00	\$ 0,11	\$ 112,16


 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO										
KÁRDEX MP										
Artículo: Queso							COD. REFERENCIA: 1.1.3.01.06			
Unidades de medida: Kilogramo				PRESENTACION: 1 Kg			Existencia mínima	3,00	Existencia máxima	90,00
Proveedores: Productor de Gualaceo										
Métodos de valoración:			Promedio ponderado		x		FIFO		x	
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIA		
		Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1- sep- 2022	Inventario Inicial							4,00	\$ 3,96	\$ 15,84
1- sep- 2022	Compra	40,00	\$ 3,96	\$ 158,40				44,00	\$ 3,96	\$ 174,24
1- sep- 2022	Salida producción - Producto A				10,65	\$ 3,96	\$ 42,17	33,35	\$ 3,96	\$ 132,07
1- sep- 2022	Salida producción - Producto B				1,73	\$ 3,96	\$ 6,83	31,63	\$ 3,96	\$ 125,24


 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO KÁRDEX MP										
Artículo: Margarina							COD. REFERENCIA: 1.1.3.01.07			
Unidades de medida: Kilogramo				PRESENTACION: 27,5 Kg			Existencia mínima	4,00	Existencia máxima	200,00
Proveedores: Dasamdist Cia. Ltda.										
Métodos de valoración:			Promedio ponderado		x		FIFO		x	
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIA		
		Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1- sep- 2022	Inventario Inicial							4,00	\$ 2,55	\$ 10,18
1- sep- 2022	Compra	55,00	\$ 2,55	\$ 140,00				59,00	\$ 2,55	\$ 150,18
1- sep- 2022	Salida producción - Producto A				2,00	\$ 2,55	\$ 5,09	57,00	\$ 2,55	\$ 145,09
1- sep- 2022	Salida producción - Producto B				0,43	\$ 2,55	\$ 1,10	56,57	\$ 2,55	\$ 143,99

 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO KÁRDEX MP										
Artículo: Esencia de mantequilla							COD. REFERENCIA: 1.1.3.01.08			
Unidades de medida: Kilogramo				PRESENTACION: 500 CC			Existencia mínima	1,00	Existencia máxima	5,00
Proveedores: Levapan										
Métodos de valoración:			Promedio ponderado		x		FIFO		x	
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIA		
		Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1- sep- 2022	Inventario Inicial							1,00	\$ 7,66	\$ 7,66
1- sep- 2022	Compra	0,50	\$ 7,66	\$ 3,83				1,50	\$ 7,66	\$ 11,49
1- sep- 2022	Salida producción – Producto A				0,02	\$ 7,66	\$ 0,15	1,48	\$ 7,66	\$ 11,34


 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO											
KÁRDEX MP											
Artículo: Sal							COD. REFERENCIA: 1.1.3.01.09				
Unidades de medida: Kilogramo					PRESENTACION: 2 Kg		Existencia mínima	0,50	Existencia máxima	50,00	
Proveedores: Varios											
Métodos de valoración:			Promedio ponderado		x		FIFO		x		
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIA			
		Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	
1- sep- 2022	Inventario Inicial							0,50	\$ 0,42	\$ 0,21	
1- sep- 2022	Compra	8,00	\$ 0,42	\$ 3,36				8,50	\$ 0,42	\$ 3,57	
1- sep- 2022	Salida producción - Producto A				0,45	\$ 0,42	\$ 0,19	8,05	\$ 0,42	\$ 3,38	
1- sep- 2022	Salida producción - Producto B				0,45	\$ 0,42	\$ 0,19	7,60	\$ 0,42	\$ 3,19	


 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO											
KÁRDEX MP											
Artículo: Polvo de hornear							COD. REFERENCIA: 1.1.3.01.10				
Unidades de medida: Kilogramos					PRESENTACION: 5 kg		Existencia mínima	1,00	Existencia máxima	30,00	
Proveedores: Levapan											
Métodos de valoración:			Promedio ponderado		x		FIFO		x		
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIA			
		Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	
1- sep- 2022	Inventario Inicial							1,00	\$ 6,13	\$ 6,13	
1- sep- 2022	Compra	5,00	\$ 6,13	\$ 30,64				6,00	\$ 6,13	\$ 36,77	
1- sep- 2022	Salida producción - Producto C				0,03	\$ 6,13	\$ 0,18	5,97	\$ 6,13	\$ 36,58	


 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO										
KÁRDEX MP										
Artículo: Esencia de vainilla							COD. REFERENCIA: 1.1.3.01.11			
Unidades de medida: Kilogramos				PRESENTACION: 500 CC			Existencia mínima	0,30	Existencia máxima	4,00
Proveedores: Levapan										
Métodos de valoración:			Promedio ponderado		x		FIFO		x	
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIA		
		Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1- sep- 2022	Inventario Inicial							0,30	\$ 15,92	\$ 4,78
1- sep- 2022	Compra	0,5	\$ 15,92	\$ 7,96				0,80	\$ 15,92	\$ 12,74
1- sep- 2022	Salida producción - Producto C				0,03	\$ 15,92	\$ 0,48	0,77	\$ 15,92	\$ 12,26

 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO										
KÁRDEX MP										
Artículo: Anís							COD. REFERENCIA: 1.1.3.01.			
Unidades de medida: Kilogramos				PRESENTACION: 454 gramos			Existencia mínima	2,00	Existencia máxima	5,00
Proveedores: Varios										
Métodos de valoración:			Promedio ponderado		x		FIFO		x	
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIA		
		Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1- sep- 2022	Inventario Inicial							2,00	\$ 0,33	\$ 0,66
1- sep- 2022	Compra	4,54	\$ 0,33	\$ 1,50				6,54	\$ 0,33	\$ 2,16
1- sep- 2022	Salida producción - Producto A				0,03	\$ 0,33	\$ 0,01	6,51	\$ 0,33	\$ 2,15

Kárdex Productos Terminados

 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO											
KARDEX PRODUCTOS TERMINADOS											
Artículo: Producto A							COD. REFERENCIA: 1.1.3.04.01				
Unidades de medida: Gramos				PRESENTACION: 68,33 gramos			Existencia mínima	0,00	Existencia máxima	1065,00	
Método de valoración:			Promedio ponderado		x		FIFO		x		
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIA			
		Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	
1- sep- 2022	Inventario Inicial							0,00	\$ 0,13	\$ -	
1- sep- 2022	Ingreso producto terminado Producto A	1065,00	\$ 0,13	\$ 141,90				1065,00	\$ 0,13	\$ 141,90	
1- sep- 2022	Venta producto terminado - Producto A				1065,00	\$ 0,13	\$ 141,90	0,00	\$ 0,13	\$ -	

 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO											
KARDEX PRODUCTOS TERMINADOS											
Artículo: Producto B							COD. REFERENCIA: 1.1.3.04.02				
Unidades de medida: Gramos				PRESENTACION: 54,93 gramos			Existencia mínima	0,00	Existencia máxima	1075,00	
Método de valoración:			Promedio ponderado		x		FIFO		x		
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIA			
		Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	
1- sep- 2022	Inventario Inicial							0,00	\$ 0,07	\$ -	
1- sep- 2022	Ingreso producto terminado Producto B	1075,00	\$ 0,07	\$ 76,28				1075,00	\$ 0,07	\$ 76,28	
1- sep- 2022	Venta producto terminado - Producto B				1075,00	\$ 0,07	\$ 76,28	0,00	\$ 0,07	\$ -	



 PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO										
KARDEX PRODUCTOS TERMINADOS										
Artículo: Producto C							COD. REFERENCIA: 1.1.3.04.18			
Unidades de medida: Molde				PRESENTACION: Mediano			Existencia mínima	0,00	Existencia máxima	16,00
Método de valoración:			Promedio ponderado	x		FIFO		x		
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIA		
		Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1- sep- 2022	Inventario Inicial							0,00	\$ 1,01	\$ -
1- sep- 2022	Ingreso producto terminado Producto C	16,00	\$ 1,01	\$ 16,20				16,00	\$ 1,01	\$ 16,20
1- sep- 2022	Venta producto terminado - Producto C				16,00	\$ 1,01	\$ 16,20	0,00	\$ 1,01	\$ -


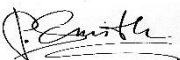
Anexo F. Producción Panadería y Pastelería Gualaceo



 PRODUCCIÓN PANADERÍA Y PASTELERÍA GUALACEO Producción diaria			
Pan	Producción	Diario	Variable
Pan de casa	1065	X	
Pan de galleta	1075	X	
Pan picado	260	X	
Pan de panela	160		X
Pan de coco	72		X
Pan de chocolate	150		X
Pan de choclo	220		X
Pan enrollado	180	X	
Pan cachito	75	X	
Pan de empanada de dulce	260		X
Pan enquesillado	72		X
Palanquetas	80	X	
Pan gusano	96	X	
Pan de nata	72		X
Empanadas de queso	50	X	
Pan cereal	80		X
Pan de trigo	160		X
Pan de maíz	220	X	
Pan de casa sin queso	72	X	
Pan de yuca	240		X
Pan yemita	300		X
Mestizo	14		X
Rosca	165		X
Pan de naranja	60		X
Pan de canela	60		X
Empanada de guayaba	100	X	
Pan de leche	162	X	

Se detalla la producción promedio diaria de un mes de los panes que son elaborados, además se especifica el promedio de los panes que su producción es variable, es decir, se produce saltando un día o cada dos días, tomando en cuenta que el promedio de producción es 4500 al día.

Anexo G. Orden de Producción

 Panadería y pastelería Gualaceo ORDEN DE PRODUCCIÓN	
Fecha	1-09-2022
Información	
Especificaciones	Pan de casa
Observaciones	Pan de casa para la venta en el local
 <hr/> Jefe de producción	

 Panadería y pastelería Gualaceo ORDEN DE PRODUCCIÓN	
Fecha	1-09-2022
Información	
Especificaciones	Pan de galleta para la mañana
Observaciones	Pan de galleta para la venta en el local
 <hr/> Jefe de producción	

	Panadería y pastelería Gualaceo ORDEN DE PRODUCCIÓN
Lugar y fecha	
Información	
Especificaciones	
Bizcochos medianos	
Observaciones	
Bizcochos para las tortas del día	
 <hr/> Jefe de producción	

Anexo H. Costos variables y unitarios

Producto	Ingresos	Costo fijo		Costo variable		Margen de contribución	
		Descripción	Costo total	Descripción	Costo total		
Producto A	\$ 213,00	Mano de obra	\$ 7,520	Harina	\$ 23,297	\$ 85,034	
		Materiales de aseo	\$ 0,100	Azúcar	\$ 2,286		
		Gas	\$ 1,183	Manteca	\$ 22,974		
		Agua	\$ 0,057	Levadura	\$ 3,188		
		Energía eléctrica	\$ 0,408	Huevos	\$ 28,444		
		Alimentación personal	\$ 1,052	Sal	\$ 0,188		
		Control de plagas	\$ 0,028	Esencia de mantequilla	\$ 0,153		
		Arriendo	\$ 1,674	Anís	\$ 0,165		
		Mantenimiento equipo de producción	\$ 0,394	Agua	\$ 0,006		
		Depreciación equipo de producción	\$ 1,098	Queso	\$ 42,174		
		Supervisión de calidad	\$ 1,104	Margarina	\$ 5,091		
		Total	\$	14,619	\$		127,966

Producto B	\$161,25	Mano de obra	\$	6,507	Harina	\$	23,297	
		Materiales de aseo	\$	0,101	Azúcar	\$	2,286	
		Gas	\$	1,194	Manteca	\$	23,092	
		Agua	\$	0,058	Levadura	\$	3,188	
		Energía eléctrica	\$	0,411	Huevos	\$	3,200	
		Alimentación personal	\$	1,062	Sal	\$	0,188	
		Control de plagas	\$	0,028	Agua	\$	0,023	\$ 98,049
		Arriendo	\$	1,690	Queso	\$	6,830	
		Mantenimiento equipo de producción	\$	0,398	Margarina	\$	1,098	
		Depreciación equipo de producción	\$	1,108				
		Supervisión de calidad	\$	1,115				
		Total	\$	13,672	\$	63,201		
Producto C	\$ 32,00	Mano de obra	\$	2,188	Harina	\$	1,541	
		Materiales de aseo	\$	0,042	Azúcar	\$	1,470	
		Gas	\$	0,333	Huevos	\$	6,400	
		Agua	\$	0,054	Esencia de vainilla	\$	0,318	
		Energía eléctrica	\$	0,564	Polvo de hornear	\$	0,184	
		Alimentación personal	\$	0,889				
		Control de plagas	\$	0,012				\$ 22,087
		Arriendo	\$	0,700				
		Mantenimiento equipo de producción	\$	0,200				
		Depreciación equipo de producción	\$	0,569				
		Supervisión de calidad	\$	0,933				
		Total	\$	6,486	\$	9,913		